

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA RHÉTORIQUE DE L'IMAGE DE GUERRE DANS LE MAGAZINE
LIFE DE 1936 À 1946 : ANALYSE CRITIQUE ET CRÉATION D'UN SITE WEB

THÈSE
PRÉSENTÉE
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN ÉTUDES ET PRATIQUES DES ARTS

PAR
JASON MARTIN

SEPTEMBRE 2011

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je remercie ma directrice, Mme Louise Poissant, doyenne de la Faculté des arts de l'UQAM, pour son encouragement et son soutien généreux à ce projet. Je remercie également M. Charles Perraton, professeur au Département de communication sociale et publique à l'UQAM, d'en avoir accepté la codirection et pour ses conseils judicieux tout au long de ce travail de recherche.

J'aimerais exprimer ma gratitude à la bibliothèque Enoch-Pratt de Baltimore, M. Joseph Eagan et son équipe du département des périodiques pour leur service courtois et leur enthousiasme : Mme Elinore Krell, Mme Michelle Ogle, Mme Delores Chambers, Mme Marian Johnson, Mme Cheryle Tate Moore, Mme Reba Pile, Mme Ruby Robinson, Mme Merri-Todd Webster et Mme Lois Wright. Je remercie également LIFE Magazine d'avoir accepté que je publie leurs images dans le contexte de cette thèse.

Je remercie ma conjointe, Marie-Lyne, pour son support et encouragement au fil des années. Mes parents, Lyette et Denis, ainsi que ma sœur Émilie, qui m'ont encouragé et ont montré un grand intérêt à ma recherche et mon écriture.

Je salue les personnes avec lesquelles j'ai eu la chance de travailler au cours de mes années doctorales : M. Alfred Halasa, professeur de l'École de Design de l'UQAM, Mme Louise Déry, Mme Audrey Genois, Mme Julie Bélisle de la Galerie de l'UQAM, M. Omar Cherkaoui du Laboratoire de recherche en téléinformatique de l'UQAM ainsi que M. Martin Pelletier du Centre interuniversitaire des arts médiatiques.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	i
LISTE DES FIGURES	vi
LISTE DES TABLEAUX	xii
RÉSUMÉ	xiii
INTRODUCTION	1
0.1 Sujet de recherche	1
0.2 Contexte historique	6
0.2.1 Seconde Guerre mondiale	8
0.2.2 États-Unis	10
0.2.3 LIFE	12
0.3 Cadre théorique	19
0.3.1 Photographie	20
0.3.2 Photojournalisme	32
0.3.3 Image	36
0.3.4 Pouvoir de l'image	38
0.3.5 Rhétorique	40
0.4 Questions de recherche	46
CHAPITRE I ÉLÉMENTS DE MÉTHODOLOGIE	49
1.1 Approche méthodologique	49
1.1.1 Frise chronologique	51
1.1.2 Construction d'un corpus d'images	52
1.1.3 Analyse rhétorique du corpus d'images	55
CHAPITRE II PROJET DE RECHERCHE-CRÉATION IMAGES-DE-GUERRE.ORG	60
2.1 Sociopolitique	62

2.2	Esthétique.....	63
2.3	Scénarisation	65
2.4	Droits et bourses	66
2.5	PRÉSENTATION PUBLIQUE	70
CHAPITRE III MÉDIOLOGIE DE LIFE.....		71
3.1	Le magazine LIFE du point de vue de la médiologie	71
3.2	Les technologies de LIFE.....	78
3.3	Film.....	81
3.4	Appareils photo	82
3.5	Transmission des images.....	90
3.6	L'imprimerie	93
3.7	Le papier.....	94
CHAPITRE IV LES FIGURES DE RHÉTORIQUE À L'ŒUVRE DANS LES IMAGES DE LIFE		96
4.1	Accumulation	100
4.2	Allégorie.....	101
4.3	Allusion	103
4.4	Chronographie.....	104
4.5	Comparaison.....	105
4.6	Ellipse.....	107
4.7	Énumération	108
4.8	Euphémisme	110
4.9	Gradation.....	111
4.10	Hyperbole	113
4.11	Ironie	115
4.12	Juxtaposition.....	116
4.13	Métaphore.....	118
4.14	Métonymie.....	119
4.15	Répétition	121
4.16	Topographie.....	122

CHAPITRE V L'ÉVOLUTION DES IMAGES DE GUERRE DE LIFE	125
5.1 Novembre 1936 – Août 1939	126
5.1.1 Hitler, le nazisme et la Wehrmacht	127
5.1.2 Guerre civile espagnole et le début de la guerre dans LIFE	135
5.1.3 Roosevelt et l'armée américaine	139
5.1.4 Le fascisme en Amérique	142
5.1.5 La guerre sino-japonaise : débuts des horreurs de la guerre	144
5.1.6 L'Europe en crise	147
5.2 Septembre 1939 – Novembre 1941	149
5.2.1 Déclenchement d'une seconde guerre mondiale	155
5.2.2 Invasion nazie de la Pologne	157
5.2.3 Invasion nazie de la Belgique et de la Hollande	159
5.2.4 La présence d'Hitler	161
5.2.5 La guerre en Orient	165
5.2.6 Déclin de la France	168
5.2.7 Bataille de la Grande-Bretagne	170
5.2.8 Opération Barbarossa	173
5.2.9 Neutralité américaine	174
5.2.10 L'armée américaine	178
5.3 Décembre 1941 – Mai 1944	182
5.3.1 Pearl Harbor	183
5.3.2 Les États-Unis en guerre	187
5.3.3 L'ennemi japonais	189
5.3.4 La guerre sur le front est de l'Europe	193
5.3.5 La guerre sur le front ouest de l'Europe	195
5.3.6 La guerre en Afrique du Nord	197
5.3.7 La guerre dans le Pacifique	199
5.3.8 Invasion de l'Italie	203
5.3.9 L'armée américaine	205
5.3.10 Fierté et honneur	206
5.3.11 Science et stratégie militaire	208
5.4 Juin 1944 – Mai 1945	211

5.4.1 Débarquement	212
5.4.2 Fin de l'Italie et de la France fascistes	216
5.4.3 Célébrations.....	217
5.4.4 Descente aux enfers de l'Allemagne	219
5.4.5 L'armée américaine.....	221
5.4.6 Duel dans le Pacifique	223
5.4.7 Science et technologie de la guerre	225
5.5 Mai 1945 – Décembre 1946	226
5.5.1 Camps de concentration	227
5.5.2 Fin de la guerre dans le Pacifique	232
5.5.3 Le Japon et la bombe atomique.....	234
5.5.4 Célébrations.....	236
5.5.5 L'armée américaine.....	238
5.5.6 Les criminels de guerre	240
5.5.7 Science de la guerre.....	243
CONCLUSION	246
BIBLIOGRAPHIE.....	257

LISTE DES FIGURES

Figure 0.1 « In the middle of New York's Times Square a white-clad girl clutches her purse and skirt as an uninhibited sailor plants his lips squarely on hers » 27 août 1945 (p.27)	4
Figure 0.2 « The camera records the most vital moment in any life: Its beginning. ». 23 novembre 1936 (p.2-3)	14
Figure 0.3 « ROBERT CAPA'S CAMERA CATCHES A SPANISH SOLDIER THE INSTANT HE IS DROPPED BY A BULLET THROUGH THE HEAD IN FRONT OF CORDOBA » 12 juillet 1937 (p.18).....	17
Figure 0.4 Photographie de Nick Ut / AP Photo au Vietnam en 1972 telle que publiée et recadrée par l'auteur de la photo.	26
Figure 4.1 : « RUBBER, War in Pacific ends tire sales to U.S. civilians » 19 janvier 1942 (p.49)	101
Figure 4.2 : « SPEAKING OF PICTURES, TEXAS STUDENT STAGES A GRASSHOPPERS' WAR » 31 mars 1941 (p.22-23)	102
Figure 4.3 « A FINNISH TOWN HIDES IN THE WOODS DURING DAYLIGHT HOURS TO GET AWAY FROM RUSSIAN BOMBERS' DEATH RAIN » 26 février 1940 (p.24-25).....	103
Figure 4.4 : « NEUTRALITY – NEUTRALITY, 1914-1917: How America drifted into a crusade to make the world safe for Democracy » 25 septembre 1939 (p.76-77)	105
Figure 4.5 : « NEW YORK DINNER IS 2,000 CALORIES / BRUNSWICK DINNER IS 600 CALORIES » 6 mai 1946 (p.28-29).....	106
Figure 4.6 : « FORGOTTEN FRONT, U.S. FIFTH ARMY FIGHTS A PLODDING WAR IN ITALY » 16 avril 1945 (p.78)	108
Figure 4.7 : « LOGISTICS, IT IS THE SCIENCE OF SUPPLYING AN ARMY » 22 juin 1942 (p.65)	109
Figure 4.8 : « The granite stones ordered for Hitler's victory monument lie unassembled in a Swedish field awaiting Hitler's victory » 15 janvier 1945 (p.22-23)	111

Figure 4.9 : « SKIP-BOMBING » 15 novembre 1943 (p.94-95).....	113
Figure 4.10 : « SPEAKING OF PICTURES... THESE SIGNALS DIRECT PLANE CARRIER LANDINGS » 30 août 1943 (p.12-13).....	114
Figure 4.11 : « Surrendered German soldier in Normandy puts a piece of wool on his lips and burlesques his "sacred Führer," Adolf Hitler » 14 août 1944 (p.26-27).....	116
Figure 4.12 : « BOMBING REPAIR, How Britain bounced back from ruin of its vital war factories » 25 octobre 1943 (p.89).....	118
Figure 4.13 : « GO, JAPS PLAY THEIR NATIONAL GAME THE WAY THEY FIGHT THEIR WAR » 18 mai 1942 (p.92-93).....	119
Figure 4.14 : « THE ATOMIC BOMB, ITS FIRST EXPLOSION OPENS A NEW ERA » 20 août 1945 (p.87b).....	120
Figure 4.15 : « NEW GERMAN ARMY » 4 septembre 1939 (p.20-21).....	122
Figure 4.16 « CANTON BOMBING: WHAT HAPPENS WHEN PLANES DROP DEATH INTO A GREAT CITY » 20 juin 1938 (p.10-11)	123
Figure 5.1.1.1 « BIOGRAPHY OF A DICTATOR: ADOLF HITLER... from his birth in 1889 to his deification in 1933 » 7 décembre 1936 (p.24-25)	128
Figure 5.1.1.2 « THE CAMERA OVERSEAS: NAZI GERMANY PUTS ON ITS GREATEST SHOW EVERY YEAR AT NÜRNBERG » 27 septembre 1937 (p.98-99)	133
Figure 5.1.1.3 « THE AUSTRIANS LEARN TO DO THE NAZI SALUTE » 18 avril 1938 (p.26-27)	134
Figure 5.1.2.1 « THE CAMERA OVERSEAS... The Spanish Bomb Madrid » 21 décembre 1936 (p.56-57)	136
Figure 5.1.2.2 « These are Propaganda Pictures from the Spanish Loyalists / These are Propaganda Pictures from the Spanish Rebels » 25 octobre 1937 (p.52-53).....	137
Figure 5.1.2.3 « LIFE'S CAMERA GETS CLOSER TO SPANISH WAR THAN ANY CAMERA HAS EVER GOT BEFORE » 12 décembre 1938 (p.28-29).....	138
Figure 5.1.3.1 « SPEAKING OF DICTATORS..... here are some comical resemblances » 18 avril 1938 (p.16-17)	140

Figure 5.1.3.2 « REARMAMENT, U.S. IS WEAK IN ARMS AND INDUSTRY IS UNPREPARED » 19 décembre 1938 (p.44-45)	141
Figure 5.1.4.1 « LIFE goes to a Hitler Party In West Virginia » 5 décembre 1938 (p.86-87)	143
Figure 5.1.5.1 « THESE ATROCITIES EXPLAIN JAP DEFEAT » 16 mai 1938 (p.14-15).....	145
Figure 5.1.6.1 « AT BERCHTESGADEN ADOLF HITLER DID MOST OF THE TALKING, NEVILLE CHAMBERLAIN SAID HIS SAY QUICKLY AND QUIETLY » 26 septembre 1938 (p.14-15)	148
Figure 5.2.0.1 « HITLER DANCES. FÜHRER DOES JIG FOR VICTORY» 21 octobre 1940 (p.38-39).....	150
Figure 5.2.0.1 « CHRISTMAS TOYS: TODAY'S ARMIES MUST BE MODERN AND MECHANIZED » 9 décembre 1940 (p.104-105)	153
Figure 5.2.1.1 « THE SECOND WORLD WAR, ITS SECOND WEEK FINDS THE GERMAN ARMY OVERRUNNING POLAND » 25 septembre 1939 (p.24-25)	157
Figure 5.2.2.1 « NAZIS EXECUTE CIVILIAN POLES » 24 février 1941 (p.34-35)	158
Figure 5.2.3.1 : « SPEAKING OF PICTURES... NAZI BOMBERS DID THIS TO ROTTERDAM » 9 septembre 1940 (p.12-13).....	160
Figure 5.2.4.1 : « LIFE – HITLER AND NAPOLEON: TWO “LITTLE CORPORALS” MEET IN PARIS » 5 août 1940 (p.15)	162
Figure 5.2.4.2 : « THE NAZI GANG LOOKS OVER ITS NEW VICTIM » 30 décembre 1940 (p.18-19).....	164
Figure 5.2.5.1 : « WAR IN CHINA : 4,000 CHUNGKING CIVILIANS SUFFOCATE IN AIR-RAID SHELTER » 28 juillet 1941 (p.24-25)	166
Figure 5.2.5.2 : « WAR IN ENGLAND: ITS PEOPLE ENJOY A SUNNY MOMENT OF PEACE BETWEEN STORMS » 28 juillet 1941 (p.22-23).....	168
Figure 5.2.6.1 : « A German bomb near Paris strikes down the name of Franklin Roosevelt » 1 ^{er} juillet 1940 (p.24).....	169
Figure 5.2.7.1 : « Fire of London » 27 janvier 1941 (p.18-21)	170

Figure 5.2.8.1 : « WAR PASSED HERE, THE BATTLEFIELD OF YELNYA » 17 novembre 1941 (p.34-35)	174
Figure 5.2.9.1 « LIFE – DEAR SENATOR: TIDAL WAVE OF ANTI-WAR LETTERS HITS CONGRESS » 2 octobre 1939 (p.11).....	176
Figure 5.2.9.2 « HUNGER, AMERICANS FACE A TERRIBLE DECISION » 23 décembre 1940 (p.51).....	177
Figure 5.2.10.1 : « LIFE – AMERICA BEGINS TRAINING FIRST CONSCRIPT ARMY IN ITS PEACETIME HISTORY » 9 décembre 1940 (p.27)	179
Figure 5.2.10.2 : « ARMY AIR FORCE – HERE ARE 10,000 MECHANICS » 1 ^{er} décembre 1941 (p.98-99)	180
Figure 5.3.1.1 : « WAR – JAP BOMBERS AIM FIRST BLOW AT OAHU BASE » 15 décembre 1941 (p.28-29).....	184
Figure 5.3.1.2 : « LIFE – PEARL HARBOR DAMAGE REVEALED » 14 décembre 1942 (p.31 à 37)	187
Figure 5.3.2.1 : « AMERICA GOES TO WAR » 22 décembre 1941 (p.13).....	188
Figure 5.3.3.1 : « HOW TO TELL JAPS FROM CHINESE, ANGRY CITIZENS VICTIMIZE ALLIES WITH EMOTIONAL OUTBURST AT ENEMY » 22 décembre 1941 (p.81)	189
Figure 5.3.3.2 : « A PHOTOGRAPHIC DEBATE – HOW STRONG IS JAPAN? » 16 août 1943 (p.87).....	191
Figure 5.3.3.3 : « A PHOTOGRAPHIC DEBATE – HOW STRONG IS JAPAN? » 16 août 1943 (p.88-99)	192
Figure 5.3.4.1 : « GERMANS IMPOSE MASS DEATH ON RED PRISONERS AND POLES » 23 février 1942 (p.26-27).....	194
Figure 5.3.5.1 : « NAZI BATTLESHIPS BOMBED, BRITISH PLANES CATCH GERMAN NAVY AT BEST » 19 janvier 1942 (p.24-25)	196
Figure 5.3.6.1 : « War in the Western Front: THE MAIMED ARE CARED FOR BEHIND THE LINES » 31 août 1942 (p.26-27)	197

Figure 5.3.7.1 : « EDITORIAL – THREE AMERICANS, WHERE THESE BOYS FELL, A PART OF FREEDOM: WE MUST RESURRECT IT IN THEIR NAME » 20 septembre 1943 (p.34-35)	202
Figure 5.3.8.1 : « LIFE – THE ALLIES CAPTURE RUINED NAPLES » 18 octobre 1943 (p.26)	204
Figure 5.3.9.1 : « PATTON OF THE ARMORED FORCES, “Old Blood and Guts” leads U.S. troops in Morocco and pines to challenge Rommel to personal tank combat » 30 novembre 1942 (p.112-113)	205
Figure 5.3.10.1 : « DECORATIONS AND SERVICE RIBBONS OF U.S. ARMED FORCES » 4 octobre 1943 (p.76-77)	207
Figure 5.3.11.1 : « U.S. SETS ITS SIGHTS FOR VICTORY » 19 janvier 1942 (p.18-19)	208
Figure 5.3.11.2 : « SPEAKING OF PICTURES... LIKE A CAT, A SOLDIER MUST ATTACK STEALTHILY » 22 mars 1943 (p.4-5)	211
Figure 5.4.1.1 : « BEACHHEADS OF NORMANDY » 19 juin 1944 (p.26-27)	213
Figure 5.4.2.1 : « CORSICANS PUNISH TRAITOROUS WOMEN, After trial at village crossroads three women are shorn and stripped » 17 juillet 1944 (p.33)	217
Figure 5.4.3.1 : « LIFE – THE FRENCH GET BACK THEIR FREEDOM » 4 septembre 1944 (p.19)	218
Figure 5.4.4.1 : « END OF WAR – SUICIDES, NAZIS GO DOWN TO DEFEAT IN A WAVE OF “SELBSTMORD” » 14 mai 1945 (p.32-33)	220
Figure 5.4.5.1 : « MURDER IN THE SNOW, Americans find a field of horror where Germans shot U.S. prisoners » 5 février 1945 (p.26-27)	222
Figure 5.4.6.1 : « END OF WAR – PACIFIC WAR, SAVAGE BATTLES CONTINUE AS EUROPE’S PEACE COMES » 14 mai 1945 (p.96-97)	223
Figure 5.4.7.1 : « BALISTICS, Camera studies projectile flight » 12 juin 1944 (p.62-63)	225
Figure 5.5.1.1 : « ATROCITIES, CAPTURE OF THE GERMAN CONCENTRATION CAMPS PILES UP EVIDENCE OF BARBARISM THAT REACHES THE LOW POINT OF HUMAN DEGRADATION » 7 mai 1945 (p.32-33)	228
Figure 5.5.1.2 : « ATROCITIES » 7 mai 1945 (p.34-37)	232

Figure 5.5.2.1 : « LIFE – AMERICANS BATTLE FOR OKINAWA, A LIFE photographer records the working day of a foot soldier who helped win the island from the Japs » 18 juin 1945 (p.19)	233
Figure 5.5.2.2 : « 24 HOURS » 18 juin 1945 (p.20-23)	234
Figure 5.5.3.1 : « HIROSHIMA, ATOM BOMB NO. 1 OBLITERATED IT / NAGASAKI ATOM BOMB NO. 2 DISEMBOWELED IT » 20 août 1945 (p.26-27)	235
Figure 5.5.3.2 : « WAR'S ENDING » 20 août 1945 (p.28-31)	236
Figure 5.5.4.1 : « EISENHOWER COMES HOME » 2 juillet 1945 (p.16-17)	237
Figure 5.5.5.1 : « LIFE – THE ARMY, With 6,884,000 of its men demobilized, the greatest military machine in American history has suffered shocking disintegration less than a year after its triumphal entrance into Berlin » 22 avril 1946 (p.29)	238
Figure 5.5.5.2 : « ARMY'S GREATEST NEED IS TRAINED TECHNICIANS » 22 avril 1946 (p.30-31)	240
Figure 5.5.6.1 : « EXECUTED NAZI LEADERS, Official picture give world last look at war criminals » 4 novembre 1946 (p.38-39)	241
Figure 5.5.7.1 : « DUMMY TARGETS, Allies fooled Germans with army of make-believe rubber weapons » 6 mai 1946 (p.45)	243
Figure 6.1 : Images retenues du corpus de novembre 1936 à août 1939.	249
Figure 6.2 : Images retenues du corpus de septembre 1939 à novembre 1941.	250
Figure 6.3 : Images retenues du corpus de décembre 1941 à mai 1944.	252
Figure 6.4 : Images retenues du corpus de juin 1944 à mai 1945.	254
Figure 6.5 : Images retenues du corpus de juin 1945 à décembre 1946.	255

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 0.1 Tableau interprétatif des quatre pouvoirs de l'image selon Lambert.	39
Tableau 0.2 Classement général des figures de rhétorique tel que proposé par Jacques Durand. ...	44
Tableau 1.1 Grille d'analyse OSCAR adaptée pour l'analyse des images du corpus.	58
Tableau 2.1 Calendrier de production pour le projet de site Web consacré aux images de guerre de LIFE entre 1936-1946.....	67
Tableau 3.1 Tableau comparatif des prix de vente de LIFE, une livre de pain, une livre de beurre et le journal quotidien <i>The New York Times</i>	79
Tableau 3.2 : Pourcentage des dépenses de publicité attribuées aux différents médias par année. 81	
Tableau 5.1 Sondage Fortune en 1939 sur l'opinion publique Américaine et la Seconde Guerre mondiale	175
Tableau 6.1 : Nombre de pages relatives au thème de la guerre versus le nombre d'éditions de LIFE	247
Tableau 6.2 : Nombre d'articles principaux relatifs au thème de la guerre versus le nombre d'éditions de LIFE	248
Tableau 6.3 : Nombre de pages couverture relatives au thème de la guerre versus le nombre d'éditions de LIFE	248
Tableau 6.4 : Figures de rhétorique les plus présentes de novembre 1936 à août 1939.....	250
Tableau 6.5 : Figures de rhétorique les plus présentes de septembre 1939 à novembre 1941.....	251
Tableau 6.6 : Figures de rhétorique les plus présentes de décembre 1941 à mai 1944.....	253
Tableau 6.7 : Figures de rhétorique les plus présentes de juin 1944 à mai 1945.	254
Tableau 6.8 : Figures de rhétorique les plus présentes de mai 1945 à décembre 1946.....	256

RÉSUMÉ

Je suis un designer graphique de formation. Après des études à la maîtrise en communication spécialisées en multimédia, je me suis consacré à la création d'applications numériques et de sites Web. Ce champ d'activité réunit mes habilités en tant que graphiste, programmeur et spécialiste en communication. J'ai un grand intérêt pour le pouvoir qu'exerce l'image sur la société, et en particulier pour le sujet de la guerre et de la propagande. En outre, la façon dont nous conservons et transmettons les objets culturels qui s'y rapportent m'intrigue et m'amène à questionner les vecteurs et les modes de transmission. LIFE magazine est un parfait exemple d'un objet culturel qui a traité le sujet de la guerre et qui a tablé sur le fait que l'image pouvait relater un événement et exprimer des idées. Ce magazine qui a accepté pendant la période de la Seconde Guerre mondiale de soutenir la position du gouvernement américain, a eu une présence importante dans les foyers des américains et à l'international.

Cette thèse comporte deux volets : la création d'un site Web consignant les données visuelles et documentaires qui ont servi de base à la recherche que l'on retrouve dans le second volet, la thèse comme telle. Cette thèse examine le traitement photographique du magazine LIFE entre 1936 et 1946 quant à l'implication des Américains dans la Seconde Guerre mondiale. L'introduction présente d'abord le contexte historique de la Seconde Guerre mondiale, l'évolution de la position des États-Unis face à ce conflit et la naissance et la mission de la publication hebdomadaire LIFE. Elle aborde aussi le cadre théorique qui a servi à analyser ces photographies de guerre et les liens entre les photoreportages de LIFE et l'évolution de la position américaine. Le premier chapitre introduit l'approche méthodologique qui a servi pour la recherche et pour la création de

l'œuvre multimédia. Le deuxième chapitre dévoile mon projet de recherche-crédation, qui est un site Web destiné aux images étudiées dans le cadre de cette thèse. Le troisième chapitre explore, par la médiologie, les différentes technologies existantes à l'époque de LIFE pour susciter une meilleure compréhension de la réalité et du rôle du média imprimé à l'époque de la Seconde Guerre mondiale. Le quatrième chapitre liste les figures de rhétorique retenues pour leur pertinence et la fréquence de leur occurrence. Le cinquième chapitre analyse les photos retenues en fonction des figures de rhétorique visant à démontrer qu'il y a un lien intime et dynamique entre les effets rhétoriques des images de guerre présentées par LIFE et les grands moments de l'histoire de la Seconde Guerre mondiale. La conclusion est appuyée de statistiques qui démontrent l'intérêt que LIFE apportait aux différents moments historiques.

En ce qui concerne l'œuvre, nous pouvons le consulter à l'adresse suivante : www.images-de-guerre.org. Il s'agit d'un site Web dédié aux pages du LIFE de 1936 à 1946 qui ont eu pour sujet la guerre qu'elle soit une image de combat, un document photographique militaire démontrant les exploits, une image pour encourager les efforts de guerre de la maison jusqu'au front, une critique gouvernementale ou sociale, une image ludique pour démocratiser la science de la guerre, une photo satirique de l'ennemi, un cliché de célébrations, etc. Celui qui explore ce site peut accéder aux images soit par périodes chronologiques ou par une sélection thématique. Il peut également consulter une frise chronologique des événements historiques de cette période étudiée et voir les pages du LIFE qui relatent ces événements. Toutes les images présentées dans cette thèse s'y retrouvent avec leur analyse ainsi que plusieurs autres images qui ont été considérées, mais qui n'ont pas été retenues pour cette thèse. Par la suite, pour compléter la lecture des internautes qui visitent ce site, ils peuvent consulter une section de type glossaire qui définit les figures de rhétorique expliquées à partir d'images sélectionnées et une section, qui explique les technologies et la médiologie de LIFE.

INTRODUCTION

0.1 Sujet de recherche

L'imagerie de guerre décrit le paysage de guerre piétiné par l'homme, creusé par les pelles, lacéré par le passage de véhicules lourds, ravagé par l'artillerie. La photographie capte son ambiance et enregistre sa transformation. Elle nous montre ce qui a été et ce qui n'est plus. Le paysage est parsemé d'artefacts, de débris et de charogne. Le ciel et la terre deviennent la scène du théâtre de guerre. La photographie de guerre documente l'humain : sa bravoure et sa peur, son énergie et sa fatigue, ses espoirs et sa détresse. Elle représente la vie, la souffrance et la mort. Elle observe à la place de ceux qui ne sont pas sur place; elle rend ces moments accessibles aux générations présentes et futures.¹

La publication de ces photographies et notre regard répété sur elles permettent de nous représenter et d'évoquer une guerre. La représentation visuelle d'un événement nous transporte sur les lieux, nous fait voir ce que nous lisons et découvrir ce que nous ignorions jusque là. Malgré les trucages photographiques et la censure, la photographie demeure un document qui enregistre, qui capte et qui reproduit ce que la lumière révèle.

¹ Moeller, S. (1989). *Shooting War : Photography and the American Experience of Combat*. New York : Basic Books. p.3-5.

Une guerre ne peut être résumée ou synthétisée par une seule photo. Cependant, celui ou celle qui regarde les images de guerre sélectionne subjectivement certains clichés et se crée une « anthologie d'images »², un montage de trois ou quatre photos qui résument le mieux, pour lui ou elle, la guerre en question. Les publications, par leur mise en page de photos et de textes, tentent en quelque sorte de reproduire cet effet : voici ce qu'est la guerre cette semaine et voici ce qu'il est important d'en retenir... Quelquefois, une image choquante ou symboliquement importante occupera la page entière juxtaposée à du texte qui ne viendra pas distraire notre regard; dans certains cas c'est une double page remplie d'images qui sont organisées pour comparer l'avant et l'après d'une mission ou pour raconter visuellement l'histoire d'un événement ou encore pour illustrer la chronologie de la vie d'une personne importante.

Selon Ralph Morse, photographe pour LIFE, « *When you are covering anything in journalism, you are the eyes of the world* ».³ Le photographe qui désire capter la guerre à travers sa lentille peut avoir différentes motivations : vouloir faire son devoir, avoir le goût de l'aventure ou le désir d'être reconnu... Dans tous les cas, le danger est présent et plus il y a de danger, plus le photographe se sent valorisé. Son geste et sa présence importent plus que l'image qu'il va produire. Ceci résonne dans la fameuse citation de Robert Capa, photographe de guerre qui a couvert cinq grands conflits et qui est réputé pour ses photos prises sur le vif, au coeur de l'action : « *If your picture is not good, you're not close enough* »⁴.

² Sontag, S. (1990). *On Photography*. New York : Picador. p.3.

³ « Lorsque vous couvrez quoi que ce soit en journalisme, vous êtes les yeux du monde. » Traduction de l'auteur.

⁴ « Si vos photos ne sont pas assez bonnes, c'est parce que vous n'êtes pas assez près. » Traduction de l'auteur.

LIFE engage les meilleurs photographes pour faire ses photoreportages sur la guerre. Parmi ceux-ci, nous retrouvons Margaret Bourke-White (1904-1971), Horace Bristol (1908-1997), Robert Capa (1913-1954), Ralph Crane (1913-1988), Myron Davis (1919-), Paul Dorsey (1902-), David Douglas Duncan (1916-), John Florea (1916-2000), Fritz Goro (1901-1986), Rex Hardy (1915-2004), Bernard Hoffman (1913-1979), Bob Landry (1913-1960), Leonard McCombe (1923-), Ralph Morse (1918-), Carl Mydans (1907-2004), George Rodger (1908-1995), Walter Sanders (1897-1985), David E. Scherman (1916-1997), Frank Scherschel (1907-1981), Sam Shere (1904-1982), William C. Shrout (1913-1986), George Silk (1916-2004), W. Eugene Smith (1918-1978), Paul Stackpole (1913-1997), George Strock (1911-1977), William Vandivert (1912-1990), Hans Wild (1914-1969), Jack Wilkes (1907-). Tous ces photographes ont vu et photographié la guerre. D'autres qui n'ont jamais photographié la guerre en soi n'ont pas moins apporté une contribution précieuse en décrivant les sentiments des citoyens. Parmi ceux-ci, nous comptons Alfred Eisenstadt qui est l'auteur de la fameuse photographie du marin qui embrasse la jolie infirmière sur Time Square à New York. Cette photo est un symbole de romance et d'extase, et elle est aussi le symbole de célébration de la fin de la guerre au Japon.⁵ Ce type d'image ne peut pas être négligé lorsque nous parlons d'images de guerre.

⁵ Eisenstadt, A. (1945, 27 août). « The Men Of War Kiss from Coast to Coast ». *Life*, 19. p.27.



Figure 0.1 « In the middle of New York's Times Square a white-clad girl clutches her purse and skirt as an uninhibited sailor plants his lips squarely on hers »
27 août 1945 (p.27)

Ce phénomène de photographies dédiées à capter l'essence de la guerre n'est pas nouveau. L'appareil photo était présent lors des guerres et des révolutions à travers le monde avant la Seconde Guerre mondiale : la Guerre de Sécession (1861-1865), la guerre américano-mexicaine (1846-1848), la guerre des Boers (1899-1902), la Première Guerre mondiale (1914-1918), le génocide arménien (1915), la Révolution russe (1917) et lors des conflits subséquents : la guerre d'Espagne (1936-1939) et la guerre sino-japonaise (1937-1945).

La photographie n'a pas remplacé le travail des artistes de guerre qui avaient pour tâche de peindre l'expérience de la guerre. Un bon nombre de pays incluant la

Grande-Bretagne, le Canada, l'Australie et les États-Unis mettaient sur pied une organisation pour engager des artistes-peintres à titre d'employés officiels de l'État pour documenter par la peinture les activités de la guerre. On retrouvait un grand nombre de ces artistes pendant la Grande Guerre et la Seconde Guerre mondiale. Pendant la Seconde Guerre mondiale, plusieurs de ces artistes-peintres occupaient les rangs militaires cependant, contrairement à la Grande guerre, des photographes militaires s'additionnèrent au nombre de photographes engagés par la presse.

Avec ce nouveau média, le nouveau rôle du photographe s'ajoute à ce qui existait. Le même phénomène se produit pendant la guerre du Vietnam et les guerres contemporaines où la télévision n'a pas relayé la pratique photographique de la guerre, mais a enrichi sa couverture médiatique et documentaire.

Aujourd'hui, la guerre continue à faire partie de notre réalité et la photographie est toujours présente dans notre sphère médiatique à travers les journaux, les magazines et le Web. Avec l'appareil photo numérique et l'Internet, nous sommes arrivés à l'instantanéité de l'image. Pour comprendre la place que prend la photographie et le rôle que joue le photographe de guerre, il est important de comprendre comment la photographie de guerre a été employée dans le passé, comme le propose Rudolf Arnheim pour tout média moderne : « *The technology of the modern media has produced new possibilities of interaction [...] What is needed is a wider view encompassing the coming rewards in the context of the treasures left us by the past experiences, possessions, and insights.* »⁶

⁶ « La technologie des médias modernes a produit de nouvelles possibilités d'interaction [...] Ce dont nous avons besoin c'est d'une vision plus large englobant les récompenses à venir dans le contexte des trésors laissés par les expériences, les possessions et les aperçus du passé. » Traduction de l'auteur d'après Arnheim, R. (2000). « The Coming and Going of Images », in *LEONARDO*, 3. p.167-168.

0.2 Contexte historique

La période d'entre-deux-guerres est un temps de changement et de préparation pour la guerre suivante. Pendant les années 1920, les États-Unis connaissent une révolution culturelle. C'est l'époque du jazz et des Années folles où les comportements sociaux sont redéfinis et un optimisme gagne la nation et l'économie. C'est aussi un temps noir : la prohibition sévit, le Ku Klux Klan atteint son apogée avec 5 millions de membres, le communisme attire un grand nombre d'adeptes, ce qui commence à inquiéter, en Europe comme aux États-Unis, l'extrême droite politique en Europe⁷ est perçue par certains comme un antidote au fléau communiste et le Krach boursier de 1929 amorce la Grande Dépression. Pendant les années 1930, le président américain Franklin D. Roosevelt propose le New Deal pour contrer les effets de la Grande Dépression, la culture américaine adopte la musique *Big band* ainsi que le *Swing*, la radio devient le média de masse dominant et les États-Unis observent la montée du militarisme en Asie, du nazisme, du fascisme et du stalinisme en Europe centrale et orientale.

Cette époque de l'entre-deux-guerres entraîne plusieurs inventions et découvertes qui changent la société et le cours de l'histoire : le pistolet-mitrailleur de John T. Thompson⁸ (1921), l'insuline par Frederick Banting et John James Richard Macleod (1922), le procédé Technicolor (1922), la télévision de John Logie Baird (première diffusion en direct en 1925), la pénicilline par Sir Alexander Fleming (1928), le

⁷ L'Italie est le premier pays à élire un gouvernement fasciste avec Benito Mussolini en 1922.

⁸ Mieux connu sous le nom de *Tommy Gun* ainsi que *Chicago Typewriter* et *Chicago Piano*. Il a été conçu entre 1917 et 1919, mais produit initialement en 1921. Il était utilisé autant par les criminels que par les forces de l'ordre. Cette arme est une icône des films de *gangsters* de l'époque de la prohibition. Après quelques modifications pour économiser ses coûts de production, le *Tommy Gun* était utilisé par l'armée américaine pendant la Seconde Guerre mondiale, la guerre de Corée et au début de la guerre du Viêt-Nam. Plus de 1 700 000 ont été produits. En 1976, il était considéré comme obsolète et un bon nombre ont été détruits par le gouvernement américain.

moteur à réaction (breveté en 1932), le service de poste transatlantique par aéronef Zeppelin (1936) et la photocopie de Carlson (1938). De plus, la presse offset raffine les procédés d'imprimerie et la Leica, un appareil photo de construction allemande, offre la prise subséquente de photos en plus grand nombre (24 ou 36 poses) et de façon plus discrète.

André Rouillé explique dans son livre, *La photographie*, comment cet alliage de la photographie et de la presse contribue à la reconnaissance de la fonction informative de la photographie, permettant à cette dernière d'être reproduite et diffusée en grand tirage.⁹ Ce nouveau potentiel de la photographie de presse en fait rêver plusieurs lors de cette période. De nombreux dirigeants de presse et de magazine avaient secrètement un plan de publication. Ce rêve s'est réalisé pour Henry Luce de Time Inc. avec LIFE.

LIFE arrive à un moment opportun dans l'histoire mondiale : après la Grande Guerre et malgré la création de la Ligue des Nations, les conflits armés continuent de faire rage à travers le monde¹⁰. En 1935, Daniel Longwell, coéditeur de LIFE, presse Henry Luce à publier son hebdomadaire imagé à temps pour profiter de l'assaut grandement prédit de l'Italie en Éthiopie : « *A war, any sort of war, is going to be natural*

⁹ Rouillé, A. (2005). *La photographie*. France : Éditions Gallimard. p.160-166.

¹⁰ Sur le continent européen : soulèvement en Albanie (1932, 1935 et 1937), la guerre civile d'Espagne (1936-1939). Sur le continent africain : la guerre du Rif marocain (1919-1926), l'invasion de l'Éthiopie par l'Italie (1935-1936), les resurgissements en Palestine (1936-1939). Sur le continent asiatique : l'Expédition nordique en Chine (1926-1928), l'invasion de la Mandchourie par le Japon (1931-1932), la guerre civile chinoise (1930-1934), la Longue Marche des forces communistes de Chine (1934-1935), le saccage de Nanjing (1937-1938), la guerre sino-japonaise (1937-1945). Sur le continent américain : la guerre civile mexicaine (1920), la guerre civile au Nicaragua (1925-1933), l'insurrection mexicaine (1926-1929), la révolution brésilienne (1930), la révolte cubaine (1930-1933), la guerre du Chaco (1932-1935), la révolution uruguayenne (1933).

promotion »¹¹. La guerre civile d'Espagne et la guerre sino-japonaise font la manchette de LIFE jusqu'en 1939. Par la suite, la guerre en Europe prend une place considérable dans LIFE et encore plus après l'attaque de Pearl Harbor. Henry Luce explique qu'à l'origine LIFE n'était pas destiné à être un magazine de guerre, mais c'est ce qui est arrivé.¹²

0.2.1 Seconde Guerre mondiale

Avec le Traité de Versailles signé le 28 juin 1919, l'Allemagne perd toutes ses colonies : l'Alsace-Lorraine rejoint la France, la Rhénanie sera occupée par les forces alliées pendant quinze ans et sera ou deviendra à la longue une zone démilitarisée, la Pologne gagne du territoire, Dantzig devient une Cité libre par la Société des Nations et l'Allemagne est soumise à une interdiction de s'unir à nouveau avec l'Autriche. L'armée allemande est limitée à 100 000 militaires; ses forces armées ne sont pas autorisées à posséder des chars d'assaut, des sous-marins, des avions ni des bateaux de guerre. L'article 213 du Traité de Versailles blâme l'Allemagne pour avoir occasionné la Grande Guerre et permet alors aux Alliés de lui demander de compenser financièrement tous les dommages faits aux populations civiles alliées. En 1921, la somme a été calculée à 6 660 millions de livres sterling.

La frustration allemande contre le Traité de Versailles, la dépression économique mondiale et la menace d'un communisme allemand commandité par les Soviétiques constituent les raisons fondamentales conduisant les Allemands à encourager le Parti national-socialiste des travailleurs allemands, le parti politique radical d'Adolf Hitler

¹¹ « Une guerre, n'importe quelle sorte de guerre, sera une promotion naturelle » Traduction de l'auteur d'après Wainwright, L. (1986). *The Great American Magazine: An Inside History of LIFE*. New York : Knopf. p.136.

¹² Wainwright, L., *Op. cit.*, p.137.

populairement dénommé Parti nazi. Le Parti nazi fait promesse d'un renouveau culturel, économique et militaire. Le 30 janvier 1933, Hitler devient chancelier de l'Allemagne. Dès ce moment, les tensions augmentent : l'incendie du Reichstag, l'abolition de certains partis politiques dont le parti communiste, l'ouverture des camps de concentration¹³ et les assassinats politiques. En 1934, Hitler devient le dictateur absolu de l'Allemagne.

Le régime nazi est caractérisé par un contrôle politique sur tous les aspects sociaux. Sa quête est la pureté raciale, sociale et culturelle. Une série de persécutions et de tueries sont menées contre tout ce qu'il considère comme impur – les Juifs, les Tsiganes, les homosexuels – et les membres « faibles » de la population allemande – les malades mentaux, les alcooliques – dans le but d'atteindre la *Herrenrasse*, la race supérieure.

L'effervescence nationaliste allemande est à son apogée. Le manque de renforcement du Traité de Versailles par la Société des Nations et plus particulièrement par l'Angleterre et la France, laisse l'Allemagne s'aguerrir et s'unir avec l'Autriche. Le pacte de non-agression germano-soviétique permet à l'Allemagne de se concentrer sur sa mission et de regagner son territoire perdu par le Traité de Versailles sans avoir à s'inquiéter des Soviétiques.

Le 1^{er} septembre 1939 à 4 h 45, l'Allemagne envahit la Pologne en représailles à une fausse attaque polonaise sur l'émetteur radio frontalier de Gleiwitz.¹⁴ Des troupes

¹³ Le 22 mars 1933, les nazis ouvrent le camp de concentration à Dachau pour emprisonner les prisonniers politiques qui se présentaient comme une menace pour le régime nazi. La nature de ce camp était punitive et servit de prototype pour les camps de concentration suivants : Sachsenhausen (1936), Buchenwald (1937), Flossenbürg (1938), Mauthausen (1938) et Ravensbrück (1939).

¹⁴ Cette opération allemande porte le nom du chef SS qui a aidé à la conception de l'incident de Gleiwitz : opération Himmler.

allemandes déguisées en soldats polonais auraient simulé cette attaque en soirée le 31 août. Cette fausse armée polonaise bat en retraite, laissant sur les lieux un bon nombre de corps-morts habillés en tenue militaire polonaise; ces victimes sont des prisonniers d'un des camps de concentration allemands.

Deux jours après, l'Angleterre et la France honorent leur pacte avec la Pologne et déclarent la guerre à l'Allemagne. La première réaction du président Roosevelt est de proclamer officiellement la neutralité des États-Unis. Pour les Européens, 1939 marque le début de la guerre, cependant ce n'est qu'en 1941, lorsque l'Allemagne attaque la Russie, et le Japon les États-Unis, que nous parlons d'une véritable guerre « mondiale ».

0.2.2 États-Unis

En 1920 naît la Société des Nations¹⁵. Les principaux objectifs de cette organisation internationale sont le bien-être mondial en faisant respecter le droit international, abolir la *diplomatie secrète* et régler les disputes entre pays par arbitrage. Quoique le président américain Woodrow Wilson¹⁶ soit l'un des fondateurs de la Société des

¹⁵ Cette notion de société de nations préfigurait déjà dans le *Projet de paix perpétuelle* d'Emmanuel Kant en 1795. Il proposa une confédération d'états qui veille à la paix entre pays en établissant des règles visant à une entente pacifique et démocratique. Il énonce dans son essai une série d'articles qui servent de directives et de recommandations. Dans ses articles préliminaires, il avertit que « Nul traité de paix ne peut être considéré comme tel, si l'on s'y réserve secrètement quelque sujet de recommencer la guerre » (citation consultée le 22 janvier 2011 à partir de http://sergecar.perso.neuf.fr/textes_1/kant1.htm). C'est un principe qui n'a pas été respecté dans le traité de Versailles.

¹⁶ Le président Wilson apporta plusieurs recommandations qui ont été acceptées par la Société de nations, mieux connues comme « Les 14 points de Wilson ». Voici quelques points : la diplomatie doit toujours être franche et publique; liberté absolue de naviguer sur les mers et les eaux internationales autant en temps de paix que de guerre; suppression des barrières économiques et établir une égalité commerciale pour toutes les nations; une garantie adéquate par les nations à entreprendre une réduction de leurs armements; évacuation et restauration de la Belgique, de la Roumanie, de la Serbie

Nations, les États-Unis refusent d'y adhérer, car le Sénat américain préfère maintenir une position. La politique isolationniste américaine encourage la nation à ne pas faire d'alliances avec d'autres. Cette pratique isolationniste adoptée par les Américains n'est pas chose nouvelle. Le 10 janvier 1776, Thomas Paine, nouvellement arrivé aux États-Unis (1774), défend cette position dans son pamphlet *Common Sense*.

I challenge the warmest advocate for reconciliation, to show, a single advantage that this continent can reap, by being connected with Great Britain. I repeat the challenge, not a single advantage is derived. Our corn will fetch its price in any market in Europe, and our imported goods must be paid for buy them where we will. [...] As Europe is our market for trade, we ought to form no partial connection with any part of it. [...] Europe is too thickly planted with kingdoms to be long at peace, and whenever a war breaks out between England and any foreign power, the trade of America goes to ruin, because of her connection with Britain. The next war may not turn out like the last, and should it not, the advocates for reconciliation now will be wishing for separation then, because, neutrality in that case, would be a safer convoy than a man of war. Every thing that is right or natural pleads for separation. The blood of the slain, the weeping voice of nature cries, 'TIS TIME TO PART.¹⁷

Un contemporain de Thomas Paine, le premier président américain Georges Washington, établit la fondation de l'isolationnisme américain dans une lettre publiée dans les journaux à la fin de sa présidence.

Notre Grande règle de conduite envers les nations étrangères est d'étendre nos relations commerciales afin de n'avoir avec elles qu'aussi peu de liens politiques qu'il est possible. [...] L'Europe a un ensemble d'intérêts primordiaux, qui avec nous n'ont aucun rapport, ou alors très lointain. Par conséquent elle est engagée dans de fréquentes polémiques, dont les causes sont essentiellement étrangères à nos soucis. Par conséquent donc il est imprudent pour nous de s'impliquer, à cause de liens artificiels, dans les vicissitudes ordinaires de sa politique, ou les combinaisons et les conflits ordinaires de ses amitiés ou de ses inimitiés.¹⁸

et du Monténégro; libération du territoire français et retour de l'Alsace-Lorraine à la France; création d'une Pologne indépendante; création d'une association des nations pour garantir l'indépendance et les frontières des États.

¹⁷ Paine, T. (1776). « Thoughts on the Present State of American Affairs » in *Common Sense*. Consulté le 23 mars 2005 à partir de <http://www.bartleby.com/133/3.html>.

¹⁸ Washington, G. (1796). *Le message d'adieu de George Washington* (J. M. Leloup, Trad.). Consulté le 22 juin 2006 à partir de http://www.nouveau-monde.org/farewell_address.html

Pendant les premières phases de la Seconde Guerre mondiale, les océans Atlantique et Pacifique procurent aux États-Unis un sentiment d'isolement des forces dictatoriales européennes et asiatiques. Ces défenses naturelles se révèlent brutalement illusoires le 7 décembre 1941. L'empire japonais lance une attaque surprise sur la base navale américaine de Pearl Harbor à Hawaï. La flotte navale américaine subit une défaite colossale avec plus de 3000 morts et 1300 blessés en quelques heures. Le lendemain, les États-Unis déclarent la guerre au Japon. Le 11 décembre, l'Allemagne et l'Italie à leur tour déclarent la guerre aux États-Unis.

Dès 1936, LIFE Magazine a accompagné les Américains dans les moments et les événements qui précèdent son entrée en guerre en agissant à la fois comme témoin et analyste d'événements internationaux et nationaux par leurs images et leurs articles. Aujourd'hui, nous sommes capables de revisiter ces années, de suivre les événements tels qu'ils ont été rapportés et de nous mettre dans le contexte de l'époque.

0.2.3 LIFE

LIFE est une revue photojournalistique fondée en 1936 par Henry Luce (1898-1967), éditeur en chef de Time Inc. La première inspiration pour LIFE provient de Clare Boothe Luce en 1931. Elle partage avec Henry Luce son idée d'un périodique qui serait une adaptation américaine de la revue parisienne *Vu*.¹⁹ Ce magazine, qui serait publié chaque semaine, contiendrait les nouvelles les plus importantes narrées par photographies et articles. Henry Luce aime l'idée et examine les différents problèmes que soulève ce projet.²⁰

¹⁹ Freund, G. (1974). *Photographie et société*. Paris : Éditions du Seuil. p.125.

²⁰ À propos de l'origine de la revue attribuée à Clare Booth Luce, qui n'était pas encore mariée à Henry Luce et qui portait encore le nom de son ancien mari, Brokaw, voir Loudon Wainwright (1986).

En Europe, plusieurs magazines publient déjà des photographies en grand nombre : *Berliner Illustrierte Zeitung*, *La Vie Parisienne*, *Vu*, *Illustrated London News*. Tandis qu'aux États-Unis parmi les magazines qui publient des images, nous y retrouvons entre autres *National Geographic*, *Town and Country*, *Vanity Fair* et *Fortune*. Mais peu de publications avaient une distribution à grande échelle et les images ne servaient qu'à décorer les textes. Pour Henry Luce, la photographie devait prendre une place privilégiée et significative. Il envisageait une revue qui allait informer principalement par l'image²¹.

À travers les étapes de conception et d'élaboration, plusieurs titres furent considérés. Ils faisaient référence soit à l'appareil photographique, soit au coût de vente. *Dime* était le titre envisagé avec le sous-titre *The Show-Book of the World*. Ce titre provoquait trop de controverse au sein de l'organisation : certains craignaient une confusion avec *Time*, d'autres questionnaient la durabilité du titre lorsque le coût de vente augmenterait éventuellement. Finalement, LIFE fut choisi après qu'Henry Luce acheta les droits d'un magazine d'humour en faillite qui portait ce nom.

Le choix de LIFE est conceptuellement efficace. John Berger nous fait prendre conscience dans *Uses of Photography for Susan Sontag* que le titre de LIFE a un double sens. À première vue, nous supposons que LIFE publie des images sur la vie : en fait ces images sont la vie²². La première photo, comme Berger nous le démontre, est celle de la naissance d'un enfant et la légende dit « *LIFE BEGINS... The camera records the most vital moment in any life: Its beginning* »²³. Pendant plusieurs années,

²¹ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.137.

²² Berger, J. (1980). « Uses of Photography, For Susan Sontag », in *About Looking*. New York : Pantheon Books. p.49-50.

²³ « *LIFE DÉBUTE... L'appareil photo enregistre le moment le plus vital de toute vie : son début.* » Traduction de l'auteur d'après Luce, H., Billings, J. S. & Longwell, D. (1936, 23 novembre). Introduction to this first issue of LIFE. *Life*, 1. p.2-3.

à chaque anniversaire de sa première publication, LIFE célèbre l'anniversaire de naissance de cet enfant qui a vu sa vie débiter en même temps que celle de LIFE. Ce que Berger suggère c'est que la photographie n'est pas uniquement une représentation ou une interprétation de la vie; elle est une trace de la vie et LIFE agit en ce sens.

To see life; to see the world; to witness great events; to watch the faces of the poor and the gestures of the proud; to see things – machines, armies, multitudes, shadows in the jungle and on the moon; to see man's work – his paintings, towers, and discoveries; to see things thousand of miles away, things hidden behind the walls and within rooms, things dangerous to come to; the women that men love and many children; to see and be instructed.

Thus to see, and to be shown, is now the will and new expectancy of half mankind.

To see, and to show, is the mission now undertaken by a new kind of publication. The Show-Book of the World, hereinafter described.



Figure 0.2 « The camera records the most vital moment in any life: Its beginning. ».
23 novembre 1936 (p.2-3)

Le premier numéro de LIFE est publié le 30 novembre 1936 par Time Inc. Jusqu'en décembre 1972, cette revue photojournalistique²⁴ est publiée hebdomadairement. Entre 1974 et 1978, LIFE est publié trimestriellement et à partir d'octobre 1978 jusqu'en 2000, LIFE est publié mensuellement excepté pendant la guerre du Golfe où LIFE publie hebdomadairement. En 2004, LIFE reprend sa publication hebdomadaire. Mais cette fois-ci LIFE est inclus gratuitement dans plus de 70 journaux américains ce qui représente 12 millions de lecteurs.²⁵

La première parution de LIFE en 1936 tire à 466 000 exemplaires. En 1939, elle augmente à 2 millions et LIFE devient l'une des revues les plus lues aux États-Unis²⁶. Dans les années 1940, LIFE rejoint 21 % du lectorat américain âgé de dix ans et plus, ce qui équivaut à 22.5 millions de personnes. Dans les années 1960, son tirage se situe autour de six millions : un nombre considérable malgré la concurrence de la télévision. En 1970, LIFE compte 8 millions d'abonnements et un lectorat évalué à 40 millions de personnes.

LIFE se donne comme mission de pouvoir résumer en une séance de lecture les événements notables de la semaine précédente et d'informer les lecteurs à propos de la société dans laquelle ils vivent. Tout au cours de son existence, LIFE publie des reportages photographiques sur la vie contemporaine américaine : les métiers et les mœurs américaines, les arts et les spectacles, les acteurs et les actrices populaires, les bals et les fêtes envoûtantes, la mode et les tendances actuelles, les sports

²⁴ L'origine du terme *photojournalisme* est attribué à Erich Salomon, un photographe Allemand, quoique Henry Luce (LIFE) et Dan Mich (*Look*) réclament son introduction.

²⁵ Depuis 2004, LIFE poursuit sa mission de « revue de week-end » et son contenu continue à être majoritairement des photoreportages comme autrefois. Cependant, LIFE se concentre aujourd'hui sur le week-end et les activités qui lui sont associées pour que les gens puissent profiter de leurs prochaines 48 heures : spectacles, projets de fin de semaine, souper familial du dimanche, etc. Sa concurrence actuelle est *Parade* et *USA Weekend* qui se vouent aussi aux contenus du week-end et sont distribués gratuitement dans les journaux du vendredi.

²⁶ Les compétiteurs américains de LIFE en 1940 sont *Collier's*, *Liberty* et *Saturday Evening Post*.

typiquement américains et leurs vedettes, la science moderne et les désastres écologiques, la politique et les politiciens nationaux et internationaux, les conflits et les guerres. Voici la table des matières de l'édition du 1^{er} juillet 1940 qui exemplifie le contenu de LIFE :

THE WEEK'S EVENTS: Two Mexican Generals Fight Out for the Presidency, LIFE on the Newsfront of the World, German Bomb Strikes Down the Name of Franklin Roosevelt, In Bitter Defeat Paris Buries Its Dead, England Prepares to Resist Invasion, Louis Wins Eleventh Fight in Three Years, American Engineer Brings Back Revealing Photographs of U.S.S.R., London Closes Italian Restaurants, Poster Reveals What German Thinks About America; PHOTOGRAPHIC ESSAY: LIFE Presents Eight New Houses for the U.S. 1940; CLOSE-UP: "Cap" Rieber; MOVIES: "All This, And Heaven Too"; NATURAL HISTORY: Growth and Habits of Lion Cubs; SCIENCE: University of Chicago Professor Studies Multiple Births; THEATER: Carol Bruce Is Breeziest Startlet in "Louisiana Purchase"; MODERN LIVING: New Figure-Flattering Suits of Wool Take Shiver Out of Bathing; SPORTS: High Foul Makes Spectators Cringe at Yankee Stadium; OTHER DEPARTMENTS: Letters to the Editors, From LIFE's Correspondents, Speaking of Pictures: Posters Reflect Europe's Transition from Peace to Misery, LIFE Goes to a Red Cross Meeting, Pictures to the Editors.

Dès les premières publications de LIFE, la guerre prend une place considérable avec la guerre civile d'Espagne, la montée du nazisme et la guerre sino-japonaise. La photo de Robert Capa du soldat républicain²⁷ capte l'attention du monde : cette photo, comme plusieurs autres, saisit le moment où l'humain est entre la vie et la mort, où la victime est à son dernier souffle. Le soldat tombe. Il n'a pas atteint le sol comme s'il y avait encore un espoir pour qu'il se relève. Cette image est tragique et n'a rien de glorieux. Elle rappelle aussi certaines illustrations de la guerre, qui ont marqué l'histoire en peinture et en gravure, notamment les œuvres de Francisco Goya et d'Otto Dix.

²⁷ Capa, R. (1937, 12 juillet). « Death in Spain », in *Life*, 3. p.19.

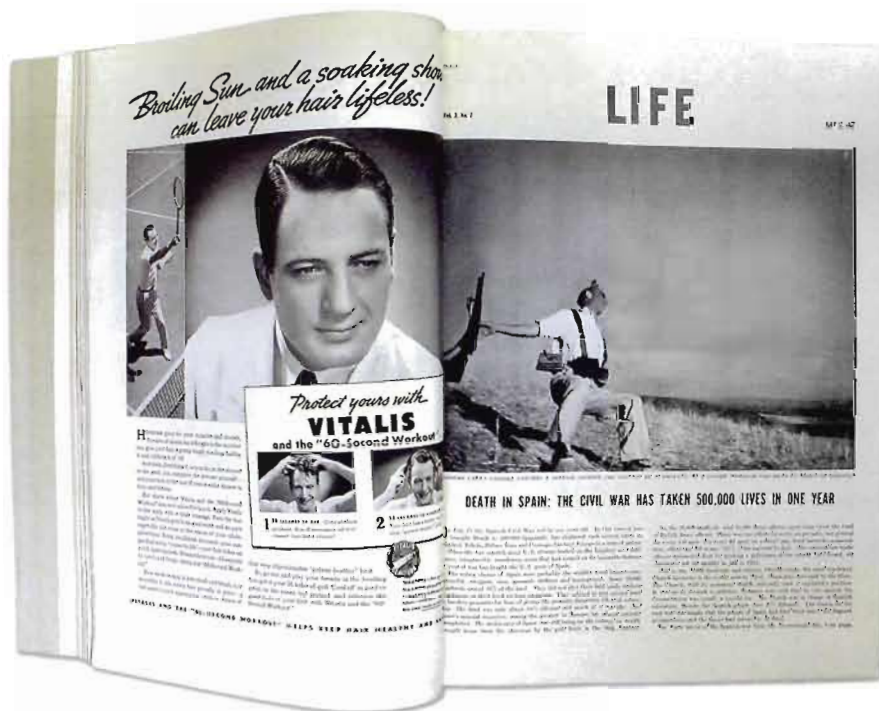


Figure 0.3 « ROBERT CAPA'S CAMERA CATCHES A SPANISH SOLDIER THE INSTANT HE IS DROPPED BY A BULLET THROUGH THE HEAD IN FRONT OF CORDOBA »
12 juillet 1937 (p.18)

Pendant la Seconde Guerre mondiale, LIFE accorde une place importante aux reportages de guerre. Très souvent, ce sont des photoreportages, parfois de longs articles et à l'occasion des éditoriaux. Avant 1941, Henry Luce publie un communiqué à son équipe de Time Inc. qui dicte l'attitude à prendre quant à la guerre pour l'ensemble de ses publications :

Danger. The country is in danger. Danger. Danger. The country is in danger.

1. To continue to sound the Danger signal in all its aspects – Danger to the Sovereign U.S.A., Danger to our Constitutional Democracies.
2. To cultivate the Martial Spirit – without which we shall by no shadow of chance overcome Danger.
3. To show that America is worth fighting for – since, incredible though it may seem, there appear to be those who doubt.

4. To be hawk-eyed in our observation of Preparedness and to be savage and ferocious in our criticism of all delay and bungling.

5. Among as many readers as possible, to develop a sense of foreign policy.²⁸

Henry Luce est patriotique; il voit ses publications comme une extension du gouvernement américain et en temps de guerre oriente *Time* et *LIFE* vers la cause militaire. Dix jours après l'attaque de Pearl Harbor, Henry Luce écrit personnellement au président américain Franklin Roosevelt lui offrant ses services pour promouvoir la victoire américaine :

[...] And in days to come – far beyond strict compliance with whatever rules may be laid down for us by the necessities of war – we can think of no other greater happiness than to be of service to any branch of the government and to its armed forces. For the dearest wish of all of us is to tell the story of absolute victory under your leadership.²⁹

La formule de *LIFE* est de représenter photographiquement tous ses sujets sous tous les angles possibles. Lors de sa première rencontre avec Margaret Bourke-White, une jeune photographe réputée pour ses photographies industrielles, Henry Luce lui dit : « *The camera should explore every corner of industry, showing everything from the steam shovel to the board of directors. The camera would act as interpreter, recording what modern industrial civilization is, how it looks, how it meshes...* ».³⁰ Dans le cas de la guerre – surtout dans le cas de la Seconde Guerre mondiale qui est une guerre totale – *LIFE* a présenté le général, le soldat, le cadet, les parents de ceux-

²⁸ « Danger. Le pays est en danger. Danger. Danger. Le pays est en danger. 1. Continuer à sonner le signal du Danger dans tous ses aspects – Danger à la Souveraineté des États-Unis, Danger à notre Démocratie constitutionnelle. 2. Cultiver l'Esprit martial – sans lequel nous ne pourrions sans l'ombre d'un doute surmonter le Danger. 3. Démontrer qu'il vaut la peine de combattre pour l'Amérique, car il semble y avoir ceux qui en doutent. 4. Avoir un regard d'aigle dans nos observations sur l'État des préparations et être sauvage et féroce dans notre critique de tous retards et gâchis. 5. Parmi autant de lecteurs possibles, développer un sens de la politique étrangère. » Traduction de l'auteur d'après Wainwright, L., *Op. cit.*, p.130.

²⁹ « [...] Et pour les jours à venir – bien au-delà de la stricte conformité avec quelques règles établies pour nous par les nécessités de la guerre, nous ne pouvons pas penser à un plus grand bonheur que d'être au service de n'importe quelle branche du gouvernement et de ses forces militaires. Car le souhait le plus cher de nous tous est de pouvoir dire l'histoire de la victoire absolue sous votre direction. » Traduction de l'auteur d'après Wainwright, L., *Op. cit.*, p.137.

³⁰ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.5.

ci, les travailleurs d'industries de guerre, les femmes qui participent aux efforts de guerres, les infirmières, les orphelins, les dictateurs et les politiciens, les vues aériennes des villes bombardées, les carnages sur les lieux, les vues spectaculaires des attaques de nuit, les débarquements en direct, les exercices militaires en lieux sécuritaires, les avions, les chars d'assaut, les navires, les armes, les armements, leurs effets, leur construction, leurs créateurs, etc. En effet, LIFE a beaucoup à présenter. Lorsque nous regardons l'ensemble de cette série, nous avons l'impression de regarder un énorme photoreportage d'un même sujet à la LIFE.

0.3 Cadre théorique

Dans cette thèse, deux approches ont délimité le cadre théorique : la médiologie (chap. 3) pour tout ce qui touche la photographie et ses dispositifs (le film, l'appareil photographique et ses composantes), la mise en page des photos et du texte, les méthodes d'impression, les propriétés des papiers, les techniques de transmission des images à distance, etc. De plus, voir comment LIFE était lu et comment les lecteurs le partageaient. Le contenu de cette recherche porte sur l'image que représente la photographie et interroge le type de pouvoir que détient l'image. Pour analyser son degré de pouvoir, j'ai traité l'image comme un discours visuel et considéré les figures de rhétorique qu'elle contient. La rhétorique est donc la seconde approche convoquée dans cette thèse (chap. 4 et 5).

0.3.1 Photographie

L'étymologie du mot « photographie » provient du grec (*phos* et *graphein*) pour signifier « écriture de lumière »³¹. Le terme photographie se réfère au résultat, une image picturale, obtenue par l'intermédiaire d'un dispositif optique, dont l'appareil photo³². Celui-ci est à l'origine une machine qui permet de capter, saisir, enregistrer une image. Son but n'est pas de représenter le réel, mais de produire du visible³³. En tant qu'objet à valeur documentaire, la photographie est une image qui permet de témoigner et d'offrir des preuves³⁴. Un courant photographique qui interprète cette définition de l'appareil photo littéralement est la photographie documentaire. La photographie documentaire des années 1930 s'est grandement développée aux États-Unis, principalement en raison de la Farm Security Administration, une initiative du gouvernement Roosevelt. Ce programme faisait partie du « *New Deal* » et avait pour mission de documenter les défis de la pauvreté rurale. Parmi les photographes qui y ont participé, on peut compter Walker Evans, Dorothea Lange, Ben Shahan et Arthur Rothstein. Leur contribution a défini la photographie documentaire américaine, un genre de reportage qui témoigne de la crise économique des classes sociales défavorisées et paysannes.

La photographie documentaire est associée à une forme de reportage sans récit, neutre et franc. Le traitement photographique est net, le cadrage est simplifié et les sujets sont souvent photographiés de face et centrés ou comme ils se présentent face à

³¹ Almasy, P. (1990). « La photographie fonctionnelle », in Almasy, P. et al. (dir.) *Le photojournalisme, informer en écrivant avec des images*. Paris : Centre de formation et de perfectionnement des journalistes. p.27.

³² Schaeffer, J.-M. (1990). « Photographie », in E. Souriau, & A. Souriau (Ed.), *Vocabulaire d'esthétique*. Paris : Presses universitaires de France. p.1131.

³³ Rouillé, A. (2005). *La photographie*. France : Éditions Gallimard. p.38.

³⁴ Lugon, O. (2001). *Le style documentaire : d'August Sander à Walker Evans, 1920-1945*. Paris : Macula. p.13.

l'appareil photo³⁵. Ce style est marqué par l'absence d'expression artistique de l'auteur et laisse toute la place au sujet. Selon Ricœur, ce sacrifice de la présence d'auteur est un procédé rhétorique par lequel l'auteur s'efface pour laisser une histoire se raconter et exprimer « la réalité sociale, le comportement individuel ou le flux de conscience »³⁶.

Le sujet principal de ce genre photographique est l'humain et sa relation avec son environnement et sa condition sociale. La photographie documentaire est souvent considérée comme un documentaire humaniste et qualifiée d'« arme puissante pour éveiller la conscience sociale ».³⁷ William Scott définit la photographie documentaire de la façon suivante : « Le documentaire traite de l'expérience réelle, non imaginaire, d'individus appartenant généralement à un groupe de faible niveau économique et social (inférieur à celui du public auquel le témoignage s'adresse) et traite cette expérience de façon à essayer de la rendre vive, « humaine », et – le plus souvent – poignante pour ce public. »³⁸

La photographie documentaire, qui n'avait pas de valeur esthétique avant les années 1930, obtient avec le temps une double valeur d'œuvre d'art et de document pour finalement devenir un mode d'expression artistique et d'objet d'archive³⁹. Plusieurs photographes – Henri Cartier-Bresson, Alexandre Rodchenko, Ansel Adams, Margaret Bourke-White – comprennent la dualité que représente la photographie documentaire.

³⁵ *Ibid.*, p.17.

³⁶ Ricœur, P. (1985). *Temps et récit*, 3. *Le temps raconté*. Paris : Éditions du Seuil. p.292.

³⁷ Lugon, O., *Op. cit.*, p.10.

³⁸ Scott, W. (1973). *Documentary Expression and Thirties America*. Chicago : The University of Chicago Press. p.62.

³⁹ *Ibid.*, p.17.

Ce qui caractérise principalement la photographie documentaire – l'action de photographier les sujets tels qu'ils sont, l'absence d'une narration et le manque d'une préoccupation politique – est à l'opposé de ce qui définit la photographie journalistique.⁴⁰ Quoique les deux genres se rejoignent dans leur effort pour témoigner du réel, la photographie journalistique est impliquée politiquement à un point tel qu'elle peut devenir un outil de propagande important pour le gouvernement. Lorsque la photographie est au service de la propagande, elle confronte les problématiques et préoccupations sociales et culturelles en faisant appel à l'imagination collective. Ce qui rend les images de propagande si efficaces c'est leur capacité à rendre visibles les conflits : par leur matérialisation, ils deviennent démontrables⁴¹.

La photographie journalistique doit informer, tout comme le texte qui l'accompagne, et divulguer des faits⁴². Le processus visant à informer par la photographie consiste à sélectionner une image qui sera présentée individuellement ou en série, une image qui a le potentiel de narration et qui résume le mieux un événement tout en proposant une approche esthétique qui est spécifique à l'appareil photographique. Cette image doit témoigner ou illustrer l'événement, émouvoir son lecteur par son intensité et ultimement faire vendre la publication dans laquelle elle s'y trouve⁴³.

La photographie accorde une grande importance au sujet de la guerre. Avec des procédés modernes qui permettent la diffusion de masse des images photographiques, les questions d'ordre moral commencent à se poser quant au droit et au devoir de

⁴⁰ *Ibid.*, p.33.

⁴¹ Brothers. C. (1997). *War and Photography, a Cultural History*. London : Routhledge. p.1-3.

⁴² Lambert, F. (1990). « Photographie de presse et information », in Almasy, P. et al. (dir.) *Le photojournalisme, informer en écrivant avec des images*. Paris : Centre de formation et de perfectionnement des journalistes. p.17.

⁴³ *Ibid.*, p.21.

représenter la guerre et de questionner sa véracité⁴⁴. Dans *Voir, ne pas voir la guerre*, les auteurs retracent historiquement la représentation photographique des images de guerre de la Guerre de Crimée jusqu'à la guerre d'Irak et se questionnent sur l'esthétique du conflit armé et de sa valeur morale⁴⁵. À travers ce recueil de textes, nous pouvons discerner les principales figures symboliques des images de guerre. Parmi celles-ci, il y a la figure du soldat, l'homme en uniforme qui se trouve au cœur de l'intérêt. Il y a le troupier pathétique, le martyr inconnu, le chevalier du ciel, le soldat d'élite et, à une époque plus contemporaine, les soldats qui maintiennent ou rétablissent la paix tels les « Casques bleus » de l'Organisation des Nations unies. Il y a également les figures de l'ennemi et de l'allié, la défaite et la victoire, et celle de l'image du chef, celui qui entraîne et dirige les hommes vers le combat. Dans tous ces cas, les auteurs de *Voir, ne pas voir la guerre* remettent en question la représentation de la guerre réelle.

Dès la guerre de Sécession et la guerre de 1870, la photographie couvre la guerre. Pourtant, la guerre – l'affrontement – n'est pas photographiée en tant que telle. On photographie les moments entre les combats – l'attente et la préparation – et les conséquences telles les ruines et les corps mutilés. Laurent Gervereau considère « qu'il existe une beauté de la guerre, une esthétique de la guerre, que la guerre est un antique sujet de la création plastique. Elle reste, même avec un effroi, un objet de fascination, comme la violence. Mais la guerre a donné également lieu à des approches, certes initialement plus marginales, de dénonciation. »⁴⁶ Avec la Seconde Guerre mondiale, la première fonction de la photographie est celle d'un emploi

⁴⁴ Gervereau, L. (Ed.). (2001). *Voir/Ne pas voir la guerre. Histoire des représentations photographiques de la guerre*. Paris : BDIC/Somogy. p.21.

⁴⁵ Gervais, T. (2002). Laurent Gervereau et al. (dir.), *Voir/Ne pas voir la guerre. Histoire des représentations photographiques de la guerre* (cat. exp.), Paris, BDIC/Somogy, 2001, 351 p., ill. NB et coul., 37,35 €. *Études photographiques*. Page consultée le 27 décembre 2010 à 20:30, à partir de <http://etudesphotographiques.revues.org/index287.html>.

⁴⁶ Gervereau, L., *Op. cit.*, p.15.

démonstratif. Les magazines exploitent le montage photographique, la séquence de photographies, le gros plan qui prend une page entière et parfois s'étend même sur deux pages, la contre-plongée des photographies aériennes, les manœuvres militaires en entraînement ou au combat⁴⁷.

Les photographies de guerre et leur publication ont évolué avec le temps. Les appareils photo sont devenus plus compacts, transportables, rapides et leurs films sont passés du monochrome à la couleur, d'une pellicule plastique à un support numérique, d'une transmission physique aux technologies de l'information et de communication. L'impression des photographies est devenue plus économique, la qualité supérieure et la rapidité d'impression augmentée. Aujourd'hui, l'appareil photo, les journaux et les magazines ont fait le passage au numérique : l'Internet est devenu un moyen de diffusion accepté et répandu. Pour comprendre le rôle que la technique joue dans la civilisation moderne, Lewis Mumford nous propose « d'explorer en détail la période préliminaire de préparation idéologique et sociale. Non seulement il faut expliquer l'existence de nouveaux instruments mécaniques, mais il faut exposer comment la culture était prête à les utiliser et à en profiter si largement. »⁴⁸

Le sujet de la photographie de la Seconde Guerre mondiale dans LIFE a encore sa place actuellement pour aider à comprendre l'origine de la photographie de guerre moderne et l'impact des images de guerre diffusées par les médias contemporains. Avec la télévision et la vidéo, pourquoi est-ce encore important de regarder une image figée, cristallisée? Susan Sontag y répond en comparant les images de la télévision et celles de la photographie : les images de la télévision sont un flot d'images sous-sélectionnées où chacune annule la précédente, alors que l'image fixe

⁴⁷ *Ibid.*, p.97.

⁴⁸ Mumford, L. (1950). *Technique et civilisation*. Paris : Éditions du Seuil. p.16.

de la photographie est une tranche cristalline d'un moment rendu en objet que nous pouvons conserver et regarder à nouveau⁴⁹. Roland Barthes partage aussi cette vision de la photographie : elle n'est pas un flux de temps, mais bien un moment précis qui est figé⁵⁰. Harold Evans abonde dans le même sens en précisant qu'une image singulière nous permet de réfléchir profondément sur ce qui est observé et donc permet de se rappeler d'un événement ou d'une personne beaucoup plus qu'une image animée qui excite les sens⁵¹. Claude Maggiori pour sa part nous invite à « recommencer à regarder longuement les images. Il faut prendre le temps. Voir vraiment, débusquer les détails, réfléchir aux contenus. Il faut arrêter le flot. Regarder lentement, et en détail. »⁵²

Pour démontrer son propos, Sontag donne l'exemple de la photographie de Nick Ut : une fillette vietnamienne nue arrosée de napalm lors d'une bévée commise par des avions sud-vietnamiens à Trang Bang en 1972⁵³; elle se dirige vers l'appareil photo les bras écartés, en sanglot sur la route. Sontag présume que cette image à elle seule a eu plus d'impact pour accroître l'opinion défavorable à la guerre du Vietnam que des centaines d'heures de reportages télévisés. Quoique la saturation médiatique par la presse et la télévision n'est pas à sous-estimer quant à son impact sur l'opinion publique, cette image singulière reste imprégnée dans notre mémoire et elle continue

⁴⁹ Sontag, S. (1990). *On Photography*. New York : Picador. p.17-18.

⁵⁰ Barthes, R. (1981). *Camera Lucida, Reflections on Photography* (Richard Howard, Trad.). New York : Hill and Wang. p.76-89.

⁵¹ Evans, H. (1997). *Pictures on a Page: Photo-journalism, Graphics and Picture Editing*. London : Pimlico. p.5.

⁵² Maggiori, C. (2004). Interview d'image. Paris : Seuil. p.9.

⁵³ Photographie prise par Nick Ut, Viêt-Nam, Associated Press. Cette photo a remporté le prix du *World Press Photo of the Year* en 1972. Entre 1963 et 1972, il y a eu cinq photographes qui ont remporté ce prix et qui avaient pour sujet la guerre du Viêt-Nam.

d'être diffusée aujourd'hui comme symbole antiguerre du Viêt Nam et antiguerre tout court.⁵⁴



Figure 0.4 Photographie de Nick Ut / AP Photo au Vietnam en 1972 telle que publiée et recadrée par l'auteur de la photo.

Henri Cartier-Bresson propose le terme « l'instant décisif » qui signifie le moment où le photographe fait sa prise de vue lorsqu'il est face à l'événement ou à son sujet, et, avec une rapidité d'exécution, capte une image tout en prenant en considération ses choix esthétiques et l'information qu'il désire cadrer. Sa connaissance technique, son style photographique et sa culture visuelle viennent personnaliser le résultat⁵⁵.

⁵⁴ Kim Phuc Phan Thi, la fillette sur cette photo, est aujourd'hui un symbole vivant des souffrances des innocentes victimes de guerre pendant la guerre du Viêt-Nam. Elle préside sa fondation qui porte son nom et qui aide les enfants qui sont victimes de guerre partout dans le monde en leur apportant un support médical et psychologique pour surmonter leur expérience traumatique. J'ai eu le privilège de la rencontrer et de lui parler lorsqu'elle était de passage à Montréal en 2001.

⁵⁵ Lambert, F., *Op. cit.*, p.17.

Pour la plupart des photographies de guerre, leur légitimité réside en leur représentation réaliste du sujet. Leur essence première est d'attester du réel, de l'authentifier et non de créer un univers imaginaire. La photo représente la dure réalité de la guerre; elle n'a pas besoin de l'inventer, car elle est là. Malgré cela, pour augmenter l'effet du réel des photos, il y a trois principes à respecter dans la prise de vue ou dans la sélection d'un cliché. Il y a la perspective frontale qui permet au lecteur de se placer comme s'il assistait à l'événement ou qu'il observait le sujet véritablement. Puis, il y a l'effet de l'instantanéité lorsque l'image capte un moment où le sujet est en action, un geste qui permet d'offrir un sentiment au lecteur qu'il est là au bon moment. Finalement, il y a la présence du sujet et de son regard qui interpelle et accroche le lecteur. L'objectif de ces trois effets du réel est de faire croire au lecteur qu'il a été à proximité et dans l'immédiateté de l'événement.⁵⁶ Roland Barthes soutient dans *La Chambre claire* que « toute photographie est un certificat de présence » et que « la photographie ne dit pas (forcément) *ce qui n'est plus*, mais *ce qui a été* ». Dans le discours rhétorique de la photographie de guerre, le *ce qui a été* est au cœur de la démonstration et de la preuve d'un événement.

La valeur de la photographie comme objet documentaire est encore une notion acceptée par notre société, bien qu'aujourd'hui la photographie soit aussi considérée comme une activité artistique et que la retouche photographique soit une pratique répandue. Dans *La photographie*, André Rouillé nous explique que la « photographie-document »⁵⁷, comme il la surnomme, est un produit de la modernité et de l'industrialisation et qu'elle évolue en fonction des besoins de celle-ci. Après la Grande Guerre, la photographie se réinvente avec l'avancement technologique de l'appareil photographique et de l'impression. Sa manière d'informer les gens par

⁵⁶ *Ibid.*, p.39.

⁵⁷ Rouillé, A. (2005). « Fonctions du document », in *La photographie*. France : Éditions Gallimard. p.120-171.

l'image est conviviale ce qui favorise les reportages à passer « du texte à la photographie, ou plutôt du texte seul à un mixte de textes et d'images dominées par la photographie⁵⁸ ». LIFE est un parfait exemple de cette époque et de la fonction photographie-document.

Dans son livre *Images et sociétés*, Catherine Saouter s'interroge sur l'image documentaire et son rôle en société. Saouter définit l'image documentaire comme étant une image qui a un rôle communicationnel et qui est médiatisée dans l'espace social⁵⁹. L'image documentaire peut faire référence à la photographie, l'illustration, la gravure, la caricature, les cartes postales, le film, etc. À propos de la photographie documentaire, Saouter précise qu'il ne faut pas se surprendre de remarquer que bons nombres de photos importantes ont été prises lors des conflits mondiaux. « L'histoire de guerre, pendant la période considérée, sinon toujours, rythme, conditionne, modèle l'histoire des sociétés. Depuis le début de la Révolution industrielle, la guerre est à la fois le premier bénéficiaire et le plus grand promoteur du progrès technique, particulièrement dans le domaine des communications. »⁶⁰ Un des rôles importants de l'image en temps de guerre est son utilisation au service de la propagande. Celle-ci a pour objectif de persuader du bien-fondé de l'effort de guerre : unir la population, informer et éduquer en documentant tous les sujets possibles, encourager la coopération et l'adhésion à l'effort de guerre, et finalement féliciter ceux et celles qui ont contribué.

La photographie de guerre documente et représente les valeurs et les souffrances engendrées par les conflits. Elle navigue continuellement entre le montrable et le non

⁵⁸ *Ibid.*, p.167.

⁵⁹ Saouter, C. (2003). *Images et sociétés : Le progrès, les médias, la guerre*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal. p.10.

⁶⁰ *Ibid.*, p.10-11.

montrable⁶¹. Saouter retrace les thèmes récurrents des images documentaires de guerre. Parmi ceux-ci, nous retrouvons le combat, le bombardement, le soldat, l'ennemi, les blessés, les morts, les cadavres, les prisonniers, les victimes civiles, les champs de bataille, les ruines, les monuments aux morts, le front domestique, la femme au service de l'effort de guerre, le retour des soldats, la victoire, les représailles, la commémoration. Ces images témoignent des événements et facilitent leur reconnaissance et leur acceptation, une étape importante dans l'acte de la réparation des victimes qui ont survécu aux drames de la guerre. Bien que la photographie cristallise un moment et offre une forme tangible au passé, elle ne demeure qu'un point de départ à cette compréhension du passé.⁶² Regarder une photographie, c'est l'acceptation du temps qui fuit et des changements inévitables. C'est aussi faire un deuil en comprenant le moment de l'événement et ce qui s'est passé par la suite.⁶³

Selon Tzvetan Todorov, vouloir comprendre le passé – comme le présent – est le propre de l'homme. Le passé est une clé qui permet à l'homme de constituer son identité, à un niveau individuel ou collectif, et de former ses valeurs, ses idéaux et ses principes, à la condition que ces derniers soient soumis à un examen de conscience et qu'il soit permis d'en débattre pour évaluer leur qualité tout en acceptant qu'ils ne soient pas obligatoirement imposables.⁶⁴ Michel Frizot considère, pour sa part, que toute photographie est essentiellement un document historique⁶⁵ qui nous permet de connaître l'événement qu'il représente. Il rejoint le propos de Benjamin Stora qui affirme que « L'image nous renseigne plus sur la société qui la regarde que sur elle-

⁶¹ *Ibid.*, p.120.

⁶² Brothers. C. (1997). *War and Photography, a Cultural History*. London : Routledge. p.15.

⁶³ *Ibid.*, p.xi.

⁶⁴ Todorov, T. (2000). *Mémoire du mal, tentation du bien*. Paris : Éditions Robert Laffont.

⁶⁵ Frizot, M. (1996). « Faire face, faire signe. La photographie, sa part d'histoire », in J.-P. Ameline (Éd.) *Face à l'histoire 1933-1996. L'artiste moderne devant l'événement historique*. Paris : Flammarion/Centre Georges-Pompidou. p.57.

même »⁶⁶. La photographie cristallise et concrétise un instant. Cette photographie-document rend alors tangible un fait, un événement ou une personnalité qui permet alors de les revisiter⁶⁷.

Frizot écrit : « au XX^e siècle, c'est au photographe que revient la redoutable responsabilité d'être "face à l'histoire" »⁶⁸. La photographie nous a permis de connaître les visages, les gestes, les événements et les lieux sans y être présent. La photographie permet à celui qui la regarde de prendre conscience de l'événement qu'il y soit présent ou pas ou encore qu'il soit conscient de l'événement ou pas. Le photographe participe à l'histoire en y contribuant par sa présence à l'événement. Avant même que l'image soit mécaniquement prise, le photographe en prend une image mentale qu'il obtient par sa pratique de la prise de vue. Dès lors, le photographe évalue ce qu'il voit et se questionne si l'image est montrable, compréhensible ou admissible⁶⁹. Vincent Lavoie perçoit la photographie d'actualité comme une activité qui « consiste parfois à représenter l'après-coup de l'événement, ce qui reste d'une situation donnée, ce qui résiste le plus à la perte. [...] Photographier l'actualité, c'est exhiber les preuves matérielles d'un incident, autant de métonymies de l'événement que le photographe, ni témoin ni historien mais en quelque sorte scribe, enregistre parfois en dehors de tout impératif d'urgence. »⁷⁰

En tant que document visuel et historique, les photographies ont le potentiel d'être des documents qui peuvent témoigner des événements historiques et nous offrir des

⁶⁶ Propos recueillis par Michel Guerrin, *Le Monde*, 23 avril 2001. p.16.

⁶⁷ About, I., Chéroux, C. « L'histoire par la photographie », in *Études photographiques*.

Page consultée le 14 décembre 2010 à 22:30, à partir de <http://etudesphotographiques.revues.org/index261.html>

⁶⁸ Frizot, M., *Op. cit.*, p.49.

⁶⁹ *Ibid.*, p.50

⁷⁰ Lavoie, V. (2010). *Photojournalisme, revoir les canons de l'image de presse*. France : Éditions Hazan. p.73.

indices sur le vécu de ceux qui ont été présents lors de ces événements.⁷¹ Dans le contexte des recherches en histoire qui considèrent l'image comme source d'information, About et Chéroux nous rappellent l'importance de connaître l'identité du photographe lorsque nous étudions la photographie documentaire dans un contexte d'événement. La photographie n'est pas un processus mécanique et automatisé, elle est l'œuvre d'un auteur avec une intentionnalité. Il est important de s'interroger sur son positionnement et sur le contexte dans lequel il a photographié son sujet ou l'événement. De plus, les caractéristiques de l'image obtenue peuvent s'avérer révélatrices : le cadrage, la distance, le flou et l'exposition peuvent nous donner des informations sur la nature du contexte ou encore sur les limites techniques de la situation. Le sujet photographié doit aussi être étudié tant au premier niveau – son environnement – que dans son contexte historique.⁷²

Avec les magazines tels *LIFE*, *Berliner Illustrierte Zeitung* et *Vu*, la photographie assumera un nouveau rôle : celle d'une fonction narratrice. Cette forme de narration obtient plusieurs noms : journalisme pictural, photoreportage, essai photographique et photojournalisme. Alistair Crawford définit le photojournalisme comme « un récit essentiellement en images, auquel le mode de juxtaposition de ces images ajoute du sens. »⁷³ À cette définition, nous devons ajouter le rôle important du texte qui accompagne et complémente la photo.

⁷¹ Leier, M. (Ed). (1999). *Notre siècle en images*. New York : Éditions Solar. p.5.

⁷² About, I., Chéroux, C., *Op. cit.*

⁷³ Crawford, A. (2003). *Erich Lessing : mémoire du temps, photographies de reportage, 1948-1973*. Paris : Hazan. p.9.

0.3.2 Photojournalisme

Le photojournalisme, c'est la rencontre des médiums visuels et verbaux pour créer un discours communicationnel unifié⁷⁴. En photojournalisme, l'image et le mot doivent coexister et être considérés à valeur égale. Le photographe et le journaliste doivent accepter que l'image et le mot se complètent l'un et l'autre et non pas croire que l'un présente plus d'intérêt ou de pertinence que l'autre⁷⁵. En photojournalisme, la lecture des mots et des images ne se fait pas en même temps, contrairement à la télévision où le son et l'image sont perçus simultanément. Il est donc important en photojournalisme que la mise en page – l'espace – atteigne un équilibre entre les mots et les images par leur proximité, leur proportion et leur relation pour que cette expérience de lecture soit synchronique⁷⁶.

Les essais photographiques sont un effort collectif beaucoup plus qu'individuel⁷⁷. Dans un premier temps, l'éditeur en chef choisit un sujet d'intérêt et le soumet à l'éditeur photographique. Ce dernier confie le projet au meilleur photographe selon ses habiletés et son style artistique. Les photographies obtenues sont ensuite soumises à l'éditeur de planche contact qui en fait une première sélection. L'éditeur photographique choisit ensuite les photos méritant publication. L'éditeur en chef combine et organise les photos de manière cohérente pour créer une intentionnalité. Enfin, le directeur artistique veille à la mise en page finale de l'essai. Ce genre journalistique, tel que conçu par les éditeurs de LIFE, devint une forme de communication subtile et complexe où les photographies devenaient plus intimes et

⁷⁴ Hicks, W. (1973). *Words and Pictures*. New York : Arno Press. p.3-5.

⁷⁵ *Ibid.*, p.20.

⁷⁶ *Ibid.*, p.7.

⁷⁷ Willumson, G. G. (1992). *W. Eugene Smith and the photographic essay*. Angleterre : Cambridge University Press. p.2.

dotées d'une charge émotive. La sélection judicieuse des photos et de leur enchaînement permettaient de créer une narration, une ambiance et ainsi de transmettre un message⁷⁸.

LIFE était un média de masse, plutôt qu'un média destiné à l'élite. Pour s'assurer de l'intérêt d'un groupe de lecteurs le plus varié possible, il était important de publier des histoires qui offraient des sujets diversifiés et qui allaient susciter différentes réactions. La formule de John Shaw Billings, premier chef d'édition de 1936 à 1943, était de s'assurer que dans chaque publication il y avait : « une portion généreuse de nouvelles, d'informations, de variétés, plusieurs changements de rythme, des images excitantes et un peu d'humour »⁷⁹. Billings organisait la séquence des photos pour qu'elle raconte une histoire narrative avec un début, un milieu et une fin.

L'éditeur en chef pouvait travailler en collaboration avec un directeur artistique qui était spécialiste de la mise en page ou un chef de département qui proposait l'histoire et qui s'occupait d'organiser l'ordre et la séquence des images pour construire l'essai photographique⁸⁰. L'éditeur voyait en la photographie une unité d'information. Billings adorait mettre l'emphasis sur les données et les faits saillants. Alors que le directeur artistique voyait en la photographie une composante artistique. L'éditeur et le directeur artistique devaient comprendre le point de vue de l'autre et arriver à un accord. Chez LIFE, la photographie était respectée dans sa composition originale. Si l'image n'offrait pas assez d'information ou si elle n'avait aucune valeur esthétique, aucune altération à l'image ne pourrait en dire plus⁸¹.

⁷⁸ *Ibid.*, p.20.

⁷⁹ *Ibid.*, p.23.

⁸⁰ *Ibid.*, p.17.

⁸¹ *Ibid.*, p.43.

Originellement en 1934, Luce envisageait LIFE comme étant la collaboration entre un journaliste, un chercheur et un éditeur de Time, tous trois assignés à un projet. Par la suite, Daniel Longwell a repensé la structure et il était persuadé que les images pouvaient contribuer à rendre les nouvelles captivantes⁸². Luce considérait la photographie comme un langage que l'on peut manipuler. L'organisation des photos permettait de créer un message, tels les mots dans les phrases du langage littéraire. La mise en relation, l'ordre et l'enchaînement des photographies permettaient de concevoir une rhétorique. Il défendait ardemment l'utilisation de la caméra dans le journalisme. Il voyait cet instrument au-delà de sa capacité à documenter des événements; la caméra pouvait aussi être utilisée pour commenter et interpréter des événements. Le photographe, tout comme l'essayiste, avait un style qui lui était propre, un jugement dans la sélection de ses sujets et une parole⁸³.

LIFE devait être en mesure de combiner deux types de reportages : les nouvelles importantes du moment et les essais qui suscitaient une réflexion. Dans le cas de l'essai photographique, sous les directions de Luce, le photographe devait être dirigé vers un point de vue spécifique et adopter un positionnement face au sujet qui allait surprendre le lecteur et introduire une valeur morale⁸⁴.

En photojournalisme, l'éditeur de la photographie est la personne qui occupe le poste pivot : il décide les sujets et les événements qui seront photographiés, il a le pouvoir de sélectionner, supprimer, déformer l'image en la recadrant et en l'agrandissant pour faire ressortir un détail, etc.⁸⁵ Chez LIFE, Wilson Hicks était l'éditeur de la photographie de 1937 à 1950. Selon Hicks, un photoreportage débute avec un

⁸² *Ibid.*, p.15.

⁸³ *Ibid.*, p.16.

⁸⁴ *Ibid.*, p.16.

⁸⁵ Evans, H. (1997). *Pictures on a Page: Photo-journalism, Graphics and Picture Editing*. London : Pimlico. p.i.

événement ou une idée. L'événement peut être planifié ou spontané. Contrairement aux journaux et aux magazines qui assignent un photographe et un journaliste à l'événement, LIFE convoque un photographe qui va prendre plus de photos du même sujet ou événement sous plusieurs angles et dépendamment de la durée de l'événement, il restera sur place pour l'interpréter et le documenter⁸⁶.

L'éditeur de la photographie était responsable de lire le synopsis du chef d'édition et de s'assurer que le ou la photographe était bien choisi pour le projet. Désormais, Hicks avait le pouvoir d'accepter ou de refuser un projet avant même qu'un photographe y soit assigné. Une des plus grandes contributions de Hicks fut l'implémentation d'un script photographique pour contrôler les éditeurs et les photographes dans leur assignation. L'éditeur devait justifier par écrit le projet et établir les objectifs à l'avance alors que le photographe avait la responsabilité de respecter le script tout en s'assurant de la cohérence visuelle entre chaque photo⁸⁷. Hicks considère qu'il est essentiel d'avoir un bon titre, de bonnes photos avec de bonnes légendes pour être en mesure d'expliquer graphiquement un événement tel un témoin oculaire⁸⁸.

Finalement, dans ce processus de la mise en page et de la construction de la séquence des images et des histoires, le photographe avait peu de contrôle. Dans cette période de 1936 à 1946, le photographe était limité à un rôle de capteur d'images. Plus tard, ce rôle sera appelé à se transformer avec des photographes ayant une conscience sociale et une vision d'auteur, tel W. Eugene Smith, qui réinventera le rôle du photographe-essayiste de 1947 à 1954 à travers les pages du LIFE⁸⁹.

⁸⁶ Hicks, W., *Op. cit.*, p.49

⁸⁷ Willumson, G. G., *Op. cit.*, p.21-22.

⁸⁸ Hicks, W., *Op. cit.*, p.3

⁸⁹ Willumson, G. G., *Op. cit.*, p.24.

0.3.3 Image

L'origine du mot image provient du latin *imago* qui signifie représentation, portrait, apparence. Anne Souriau définit l'image comme « la représentation figurative d'une personne ou une chose ou une scène [...] tirée sur papier en un certain nombre d'exemplaires »⁹⁰. Cette définition restreint l'image au contexte d'art graphique. Aujourd'hui, avec les applications informatiques multimédias comme Internet, cette limitation du support au papier est trop restrictive. Nous pouvons élargir ceci à tout support maniable, reproductible et diffusable.

Roland Barthes⁹¹ précise qu'une image est dépourvue de sens lorsqu'elle est sans contexte. Une image photographique peut être interprétée de plusieurs façons. C'est seulement lorsqu'elle est mise en contexte d'une publicité, d'un reportage de presse, d'une affiche de propagande que celle-ci prend un sens plus précis.

Dans le cadre de cette recherche, lorsque le mot « image » est employé, il comprend la photo, le texte d'accompagnement et leur mise en page. Notre recherche n'est pas orientée seulement sur l'analyse de l'image photographique isolée de son ensemble, mais aussi sur le titre, la légende, la superficie de l'image et sa juxtaposition avec d'autres images photographiques. Par image de guerre, il faut entendre ici les images produites par LIFE à l'occasion de la Seconde Guerre mondiale, que ce soit avant ou après que les États-Unis aient décidé de soutenir l'effort de guerre.

⁹⁰ Souriau, A. (1990). « Image » in E. Souriau, & A. Souriau (Ed.), *Vocabulaire d'esthétique*. Paris : Presses universitaires de France. p.856-857.

⁹¹ Barthes, R. (1992). « Rhétorique de l'image » in *L'obvie et l'obtus : essais critiques III*. Paris : Éditions du Seuil. p.25-42.

Cette thèse porte plus particulièrement sur l'image de guerre. Ces images de guerre ne se limitent pas seulement à la photographie de combat. LIFE considérait, en effet, important de présenter toutes les facettes d'un sujet quel qu'il soit, y compris donc pour le sujet de la guerre. Parmi ces facettes, nous pouvons inclure : les volontaires, les recrues, les adieux déchirants, les femmes dans l'armée, les efforts de guerre civile, les mécaniciens et l'industrialisation des machines de guerre, l'expérimentation scientifique et médicale entourant la guerre, la confection de drapeaux, le rationnement alimentaire, de textile et de pétrole, les efforts de recyclage de caoutchouc et de métal, l'industrie du cinéma et de la musique, les soldats en action et au repos, les relations entre les soldats et les civils, la nostalgie des anciennes guerres, la science de la guerre et des armements, les stratégies militaires documentées et démontrées par des cartes géographiques et des illustrations, les scènes de combats, les bombardements, les prisonniers de guerre, les civiles adultes et enfants victimes de la guerre, les généraux et commandants célèbres et les minorités visibles dans l'armée, les artistes qui divertissent les troupes, les soldats qui s'amusent et dansent avec les civiles, les soldats qui embrassent les jolies demoiselles, les soldats blessés, les prisonniers de guerre, les victimes, les rescapés et handicapés, les biographies de militaires, de chefs d'État, de photojournalistes, les familles réunies après la guerre, les veuves, les célébrations, les parades et les festivités⁹².

⁹² Life Books. (2010). *Our Finest Moment*. New York : Time Inc. p.2-125.

0.3.4 Pouvoir de l'image

L'ensemble des images de LIFE est représentatif du pouvoir que l'image mass médiatique détient. Frédéric Lambert⁹³ associe quatre pouvoirs à l'image d'information. Quatre pouvoirs allant d'un niveau général, auquel correspond la fonction informationnelle de base des images, c'est-à-dire le pouvoir qu'elles tirent de la relation qu'elles entretiennent avec le réel, à un niveau plus intime où l'image va bien au-delà de la seule exigence d'informer, en racontant un récit, et en attendant du lecteur qu'il en fasse la lecture.

Le premier pouvoir concerne l'authenticité de l'image. Il est intrinsèque aux images produites photographiquement : elles ont la capacité de convaincre les lecteurs puisqu'elles sont en lien avec le réel. Les images étant médiatisées, elles s'inscrivent dans une culture.

Le deuxième pouvoir des images, le média-morphisme, est celui que détient une image lorsqu'elle migre vers un autre média et s'adapte à ce nouveau contexte. Ainsi, une image qui a obtenu une notoriété dans un magazine peut revivre dans une affiche. Les images auxquelles nous nous intéresserons dans cette thèse ont pour la plupart obtenu un statut de stéréotype. Par exemple, la fameuse levée du drapeau américain à Iwo Jima de Joe Rosenthal s'est vue imprimée sur tous les médias imaginables depuis sa première publication jusqu'à aujourd'hui. Une image qui a le pouvoir de média-morphisme agit comme une citation qui peut être comprise par une communauté. Elle devient alors stéréotypée et facilement reconnaissable.

⁹³ Lambert, F. (2002). « Le pouvoir des images d'information », in *Réseaux*, 97-98-99. Bruxelles : Ciephum.

La mythographie correspond au troisième type de pouvoir des images. C'est ce qu'on retrouve lorsqu'une image condense efficacement le message pour lequel elle a été choisie ou conçue. Souvent, c'est une image suggestive qui se prête à l'interprétation dans un contexte donné. Pour la comprendre, nous devons puiser dans notre mémoire collective ou avoir recours au mythe pour interpréter sa symbolique.

Le dernier pouvoir est narratif et survient lorsqu'une image va au-delà de la représentation et de la symbolique pour offrir un récit à découvrir par le dit ou le non-dit. C'est une image que nous pouvons « lire » grâce à sa fonction narrative. Le lecteur entretient une relation privilégiée avec l'image puisqu'il s'attendra à étudier l'image qui a la capacité de projeter.

Type de pouvoir	Nature	Action	Appartenance	Fonction	Force
Authenticité	Icône-indicielle	Accepter	Culture	Factuelle	Convaincre
Média-morphisme	Stéréotype	Associer	Communauté	Citation	S'adapter
Mythographie	Symbole	Interpréter	Mémoire Mythe	Suggestive	Synthétiser
Narratif	Récit	Lire	Lecteur	Narrative	Projeter

Tableau 0.1 Tableau interprétatif des quatre pouvoirs de l'image selon Lambert.

Le pouvoir de l'image est identifiable selon sa fonctionnalité et son contexte : est-ce que l'image remplit une fonction soit de rapporter des faits, d'exprimer un sentiment, d'interpréter métaphoriquement un sujet, ou de raconter un événement? Lorsqu'une image est choisie pour la publication, les critères qui déterminent sa sélection vont au-delà de ses qualités esthétiques et son contenu. Consciemment ou non l'un des

quatre pouvoirs énumérés est recherché : nous voulons une image authentique, facile à reconnaître, narrative et mémorable.

L'aspect esthétique de l'image – la qualité de la photographie, les couleurs, le cadrage, la dimension, la mise en page, etc. – agit sur la matérialité de l'image. Ces différentes procédures que nous appelons ici « stratégies esthétiques » sont les moyens dont disposent les médias pour construire leur message. La stratégie qui nous intéresse ici est celle qui agit sur l'articulation visuelle du message : les figures de rhétorique. Cette stratégie a pour objectif de mettre en relation les images ou encore de choisir une image qui, en relation avec le contexte ou le titre, évoquera un sentiment, une émotion. Les figures de rhétorique produisent un discours qui tente d'accuser ou de défendre, de conseiller ou de déconseiller, de faire l'éloge ou de blâmer.

La réussite du discours visuel est liée à l'habileté d'articulation des figures de rhétorique et à leur choix en fonction du pouvoir et de la fonctionnalité de l'image. L'analyse des figures de rhétorique permettra d'identifier le type de discours ainsi que son intention et nous aidera à comprendre comment le choix d'un pouvoir est critique dans l'élaboration d'un discours visuel.

0.3.5 Rhétorique

Pour analyser l'esthétique des images de guerre et le point de vue impliqué par les mises en page de LIFE, j'ai eu recours à la rhétorique. Les origines de la rhétorique remontent à l'Antiquité. Au V^e siècle av. J.-C., Hiéron, tyran de Syracuse, expropria et déporta la population de l'île pour accueillir des mercenaires à son service. Après la mort d'Hiéron, son frère Thrasybule lui succéda et quelques années après, son

règne fut renversé par les natifs de Syracuse. De façon éphémère, plusieurs villes adoptèrent la démocratie. Naturellement, les déportés voulurent regagner leur terre perdue ce qui entraîna d'innombrables procès de propriété. Puisqu'il fallait se présenter devant un jury et qu'il était nécessaire que les plaideurs soient éloquents, Corax, disciple du philosophe Empédocle, répondit à ce besoin de l'éloquence avec l'enseignement de sa *technè rhétorikè* qui recueillit ses principes d'art oratoire pour l'usage juridique.

La rhétorique devient, par la suite, tout ce qui a trait à la composition, le style, la figure, etc., appliqué au discours écrit et au discours oral. Les sophistes (V^e et début IV^e siècle av. J.-C.), des penseurs grecs qui enseignent la rhétorique, assimilent celle-ci et donnent le pouvoir à la parole. Ils analysent le langage pour ses moyens de persuasion. C'est le célèbre sophiste Gorgias (485-374 av. J.-C.) qui introduit les figures de rhétorique propres à la grammaire (assonances, rimes, rythme) et à la logique (antithèse, métaphore, périphrase) du mot ou de la phrase. Platon s'oppose aux sophistes qu'il considère corrompus (les sophistes font payer pour leur enseignement et réduisent la sagesse à une vulgaire technique), amoraux (leur enseignement peut servir autant à défendre l'injustice que la justice) et manipulateurs (les sophistes préfèrent l'efficacité du discours à la vérité). Platon (427-348 av. J.-C.) perçoit la rhétorique non comme un art, mais plutôt comme une pratique. Selon Platon, la rhétorique produit le sentiment de conviction ou de plaisir chez un auditoire par le moyen de la flatterie. Cependant, Platon ne rejette pas entièrement la rhétorique : il espère arraisonner celle-ci pour l'orienter différemment, loin du mensonge et de la démesure, au profit de la philosophie.

Selon Aristote (384-322 av. J.-C.), il est aussi important de se défendre physiquement que de défendre ses pensées par l'argumentation. Ainsi définit-il la rhétorique comme un exposé d'arguments ou un discours avec une fonctionnalité persuasive. Il écrit *La*

Rhétorique, qui est un livre fondamental de la rhétorique comme nous la connaissons encore aujourd'hui⁹⁴. Quintilien (30-100 après J.-C.) définit la rhétorique comme l'art de bien parler⁹⁵. Il identifie trois types de genres oratoires traditionnels : le genre judiciaire (fonction de persuader une tierce identité de la nature et la cause des événements à l'aide de preuve), le genre délibératif (fonction de questionner les meilleures actions à prendre pour le futur) et le genre épideictique (fonction de louer, blâmer ou censurer une situation contemporaine, un individu ou un événement).

Au XIX^e siècle, le côté normatif de la rhétorique, hérité de l'Antiquité, est remis en question et pendant la première moitié du XX^e siècle, il est contesté plus que jamais : son modèle est considéré désuet, son vocabulaire vieillot et son appartenance typiquement classique et néoclassique. Cependant, au cours de la seconde moitié du XX^e siècle, il y a un intérêt renouvelé pour la rhétorique par des groupes de recherche en linguistique et en esthétique langagière tel le Groupe μ de Liège qui en a changé la perspective. Au lieu de considérer la rhétorique comme un ensemble de règles à suivre, ils l'examinent comme un système pour décrire, analyser, nommer et classer ce qui a déjà été écrit, développant ainsi les éléments d'une nouvelle esthétique littéraire. Jacques Durand et Roland Barthes, qui ont inspiré les travaux du Groupe μ , expriment comment la rhétorique est devenue applicable au langage visuel.

⁹⁴ *Les Topiques* et *La Poétique* sont aussi deux œuvres importantes d'Aristote qui sont utiles en rhétorique. La première traite du syllogisme alors que la seconde s'intéresse aux aspects de l'art poétique.

⁹⁵ « *Ars bene dicendi* » – Quintilien

0.3.5.1 Figures de rhétorique

Une figure de rhétorique peut être définie comme une transgression feinte du langage littéraire ou visuel. Elle peut agir sur la forme ou sur le contenu. La figure de rhétorique est donc une opération qui transforme un texte ou une image neutre en modifiant certains de ses éléments. Un système de classification des procédures de la rhétorique tel que proposé par Jacques Durand⁹⁶ permet à celui qui analyse une image publicitaire, par exemple, d'identifier la figure de rhétorique utilisée. Cette analyse observe deux dimensions : la nature de l'opération et la nature de la relation qui unit les éléments du texte ou de l'image. Il y a premièrement quatre types d'opérations : l'adjonction (l'ajout d'un ou plusieurs éléments), la suppression (la soustraction d'un ou plusieurs éléments), la substitution (la suppression suivie d'une adjonction) et l'échange (deux substitutions réciproques). Deuxièmement, ces opérations agissent sur les éléments du texte ou de l'image, par contre la relation entre ces éléments peut être de nature similaire ou différente, solidaire ou opposée. Durand propose une classification de cinq types de relation. Dans le cas présent, nous allons conserver les quatre premières, car la cinquième, le rapport « faux » est plutôt rare. Ce que nous retrouvons parmi les rapports des contenus sont : l'identité (uniquement un rapport d'équivalence), la similarité (au moins un rapport d'équivalence et des rapports de nature différente), l'opposition (au moins un rapport d'opposition), la différence (uniquement des rapports de nature différente).

Le croisement entre les opérations et les relations entre contenus nous offre une figure de rhétorique qui est particulière à cette action. Ces figures de rhétorique dites classiques se retrouvent dans la publicité et dans l'image médiatisée. Dans cette thèse, il y a quelques références aux figures de rhétorique non classiques ou modernes qui

⁹⁶ Durand, J. (1970). « Rhétorique et image publicitaire », in *Communications*, 15. p.70-95.

s'adressent particulières à l'image et qui ne se retrouvent pas dans la littérature comme il y a des figures de rhétorique propres à la littérature qui ne peuvent pas s'appliquer à l'image. Voici le tableau général des figures de rhétorique proposé par Durand :

Relation entre éléments variants	Opération rhétorique			
	A	B	C	D
	Adjonction	Suppression	Substitution	Échange
1- Identité	Répétition	Ellipse	Hyperbole	Inversion
2 - Similarité - de forme - de contenu	Rime Comparaison	Circonlocution	Allusion Métaphore	Hendiadyin Homologie
3 - Différence	Accumulation	Suspension	Métonymie	Asyndète
4 - Opposition - de forme - de contenu	Attelage Antithèse	Dubitation Réticence	Périphrase Euphémisme	Anacoluthie Chiasme

Tableau 0.2 Classement général des figures de rhétorique tel que proposé par Jacques Durand.

Les figures de rhétorique (métaphore, comparaison, euphémisme, allégorie, métonymie, etc.) sont présentes dans la photographie journalistique. Les photographies de LIFE ne font pas que documenter un événement ou une personne; elles démontrent les effets de la guerre sur les villes et leurs citoyens, critiquent les actions violentes de certains peuples, ridiculisent ou glorifient les hommes politiques, et ainsi de suite, incitant la réflexion et provoquant des réactions chez les lecteurs afin de les convaincre d'adopter le point de vue du magazine. Parfois, une seule image a assez d'impact pour susciter une réaction, parfois c'est la mise en page et la juxtaposition de plusieurs photographies qui, en agissant comme une phrase visuelle, construisent un discours significatif.

Il sera intéressant de voir comment les opérations et les relations entre éléments de Durand peuvent s'adapter au contexte de l'image de guerre médiatisée. Nous pouvons retrouver dans le cas de l'image des figures et des traitements particulièrement visuels qui produisent de nouveaux effets. Par exemple, la juxtaposition d'images peut fabriquer une mosaïque produisant un effet de personnification, de chronologie ou de saturation. La rhétorique de la guerre par l'image médiatique a recours à un ensemble de figures qu'elle partage avec d'autres types de sujets, mais qu'elle agence et utilise selon l'effet qu'elle veut produire, créant ainsi une rhétorique distinctive.

0.3.5.2 Types de discours rhétoriques

Les images qui font appel à une ou plusieurs figures de rhétorique s'inscrivent dans un discours. Selon la rhétorique classique, il y a trois types de discours et ceux-ci répondent à des intentions différentes : le juridique, le délibératif et l'épidictique. Le discours juridique nous présente des faits pour nous convaincre des bienfaits ou des conséquences néfastes d'un événement passé. Ce discours se prête bien aux images factuelles qui tentent de nous présenter la réalité ou la fausseté d'une situation. Alors que les images du discours juridique visent à accuser ou défendre une cause, celles du discours délibératif invitent à prendre une décision ou à se former une opinion, le discours présente alors une image ou une série d'images moralistes ou idéologiques. Le discours délibératif est argumentatif et tente de conseiller ou de déconseiller. Enfin, le discours épidictique présente une personnalité, un groupe ou un événement pouvant devenir le sujet de l'éloge ou du blâme. Le discours épidictique ne dicte pas une prise de décision ou une opinion, mais peut éventuellement orienter celle-ci.

Cette thèse présente une analyse de la rhétorique de l'image de guerre de LIFE de 1936 à 1946 et examine les figures de rhétorique et les types de discours prédominants aux différents stades de la Seconde Guerre mondiale.

0.4 Questions de recherche

Précisons maintenant ce que seront nos questions de recherche. Dans un premier temps, la thèse portera sur des questions médiologiques des découvertes technologiques qui ont eu un impact sur la production et la diffusion des images dans LIFE. Au moment de sa création, LIFE a profité des innovations techniques de l'appareil photo, de l'amélioration des procédés d'impression et de la présence de la guerre. Ce magazine était le fruit d'une réflexion mûrie pendant plusieurs années, d'une préparation planifiée et il eut la chance d'être le premier en son genre aux États-Unis. Henry Luce était un homme de vision et d'opinion et sans lui, LIFE n'aurait pas été ce qu'il est devenu avec le temps : une légende et un legs pour la presse médiatique.

Sa contribution à couvrir la guerre offre aujourd'hui une ressource précieuse pour l'histoire, la littérature et le cinéma. Nombreux sont les films et les livres qui font référence ou ont été inspirés par les images et les articles de LIFE. LIFE offre aussi la possibilité d'un retour critique sur la manière dont cette publication a suivi le sujet de la guerre, sur sa ferveur patriotique, sur les opinions des rédacteurs infiltrés dans sa composition. Les images choisies, les mises en page et les titres sont le résultat d'une vision et d'un discours unifiés. Rien n'a changé depuis dans les médias. La télévision, les journaux, les médias électroniques continuent à avoir un agenda médiatique – à

nous dire quels sont les sujets importants auxquels nous devrions penser⁹⁷ – à défendre une idéologie politique et à suivre la guerre avec entrain. FOX, CBS, ABC, NBC et CNN sont de bons exemples de la couverture médiatique américaine au service de son gouvernement et de son objectif politique et militaire pendant la guerre d'Irak en 2003 et son occupation par les forces américaines et la coalition. Leur présence sur le terrain, la quantité de temps consacré en onde sur le sujet et leur point de vue unilatéral et parfois même déformé sont des outils de base que LIFE utilisait à son époque. En étant des médias de masse, ils deviennent des armes politiques et de propagande efficaces.

Dans un deuxième temps, des questions d'ordre rhétorique porteront sur le choix des images et des figures de rhétorique pour appuyer les choix éditoriaux. Une analyse de la contribution médiatique de LIFE pendant la Seconde Guerre mondiale peut être révélatrice du pouvoir rhétorique des images. On comprend que l'objectif de cette thèse aura été celui d'analyser les choix stratégiques de LIFE pendant la Seconde Guerre mondiale aux États-Unis. Comment la rhétorique de l'image de guerre a-t-elle évolué dès sa première parution en 1936 jusqu'en 1946 avec la fin de la Seconde Guerre mondiale? Quelle rhétorique était employée pendant la montée du fascisme en Europe, la guerre sino-japonaise, la guerre en Europe, l'attaque à Pearl Harbor, la participation américaine à une seconde guerre mondiale, aux défaites et aux victoires des Alliées? L'opinion publique américaine en 1939 était défavorable à une participation à une autre guerre, toutefois les éditeurs de LIFE voyaient une opportunité avec leur magazine d'émettre leur opinion.

⁹⁷ « *The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about.* » – Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. États-Unis : Princeton University Press. p.120.

Pour clarifier, cette thèse ne consiste pas à situer la pratique photojournalistique de LIFE à l'intérieur des limites mêmes de la pratique photojournalistique. Cette thèse ne questionnera pas la relation entre la publicité et l'image ou le rôle de la publicité quant au financement du magazine, qui en elle-même pourrait faire l'objet d'une thèse doctorale complète et qui a déjà fait l'objet d'un mémoire de maîtrise⁹⁸. Cette thèse ne portera pas non plus sur l'éthique du photographe quant aux dilemmes de photographier une scène de violence, de publier une image qui risque de choquer le lecteur, d'intervenir dans une situation où personne n'agit. Ces questions ont déjà fait l'objet de plusieurs livres et faire un résumé de ceux-ci ne rendrait pas justice à ces écrits⁹⁹. Enfin, la thèse n'est pas une réflexion sur les enjeux éthiques et ontologiques de l'image de guerre ni une critique des politiques éditoriales de LIFE ou du choix des images par les éditeurs de la photographie. Il s'agit plutôt de voir dans quelle mesure et par quels moyens LIFE a exercé une influence déterminante sur l'opinion publique face au revirement politique et à l'engagement des États-Unis dans la Seconde Guerre mondiale.

⁹⁸ Cicero, M. E. (2009). « Rocketing into your daily life : Life magazine, the postwar advertising revolution, and the selling of the United States space program, 1957-1966 ». Thèse de maîtrise, University of North Carolina.

⁹⁹ Gervereau, L., *Op. cit.*; Sontag, S. (2003). *Op. cit.*; Taylor, J. (1998). *Body Horror: Photojournalism, Catastrophe, and War*. Angleterre : Manchester University Press; Lavoie, V. (2010). *Op. cit.*

CHAPITRE I

ÉLÉMENTS DE MÉTHODOLOGIE

1.1 Approche méthodologique

Pour comprendre et apprécier les messages explicites et implicites des images de LIFE MAGAZINE pendant la Seconde Guerre mondiale, il faut les mettre dans leur contexte historique, considérer les intentions sociopolitiques des éditeurs en chef et découvrir les motivations des photographes et reporters de guerre. Le choix de débiter la recherche avant les premières déclarations de guerre est intentionnel pour découvrir s'il y a des éléments précurseurs qui révèlent le destin de LIFE à devenir un magazine d'images qui a donné une place prépondérante à la guerre¹⁰⁰.

Pour entamer ma recherche et approfondir ma compréhension du magazine, je considère important de questionner les techniques et les technologies qui ont permis la réalisation de LIFE, un magazine d'images qui a su profiter des avancées en imprimerie et en photographie pour nous livrer des images percutantes et dotées d'un réalisme qui était nouveau pour les lecteurs américains. J'ai retenu l'approche médiologique telle que définie par Régis Debray. Cette méthodologie me permet de réfléchir sur les techniques et les voies de transmission entre le photographe, la maison d'édition, l'imprimerie, les kiosques, les foyers et les lieux publics des lecteurs, et comment à travers le temps LIFE a survécu comme institution.

¹⁰⁰ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.137.

La médiologie m'a été recommandée par mes directeurs de thèse parce que le sujet que j'aborde dépend essentiellement des supports matériels (types de papier, encres, pellicules photos, etc.), des outils techniques (appareils photos, précédés d'impression) et des moyens de communication permettant la production des images, leur transmission du champ de bataille au magazine, leur impression et leur mode de distribution. La médiologie questionne les outils et les moyens de communication et m'a permis de faire valoir certaines avancées, de suivre l'évolution des procédés de production des images et donc de rendre compte d'un aspect déterminant de LIFE, la qualité toujours croissante, à l'époque, des documents publiés.

Cette approche part du postulat que la qualité des images a un effet sur le lectorat. LIFE semble en effet beaucoup miser sur cet aspect qui a fait la réputation et la popularité du magazine depuis ses débuts. Il ne faut pas perdre de vue qu'à l'époque, il n'y a pas de télévision, et que les images reproduites dans les journaux sont rares et de piètre qualité pour ne pas dire pratiquement illisibles. Alors, le principal avantage de cette approche a consisté à attirer mon attention et à documenter les aspects matériels qui sont constitutifs de mon objet d'étude.

Son désavantage, c'est qu'il s'agit d'une approche réductionniste qui ramène l'analyse à des considérations techniques et matérielles. Et bien que je sois convaincu que cette approche soit essentielle et particulièrement pertinente pour certains sujets comme le mien, elle ne peut pas tout expliquer. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle, moi-même, j'ai aussi eu recours à la rhétorique pour analyser certains effets et figures contenus dans ces images.

Par la suite, j'ai fait une étude comparative de cinq corpus d'images de LIFE : de novembre 1936 à août 1939; de septembre 1939 à décembre 1941; de janvier 1942 à juin 1944; de juillet 1944 à avril 1945, de mai 1945 à décembre 1946. Chaque corpus

représente une période historique de la Seconde Guerre mondiale : « À l'aube d'une seconde guerre mondiale », « La nouvelle guerre européenne », « Les États-Unis et la Seconde Guerre mondiale », « Les invasions alliées », « La victoire atomique ». J'ai ensuite procédé à l'analyse du contenu rhétorique et visuel des images pour identifier les effets désirés : encourager, dissuader, mobiliser, persuader, émouvoir, glorifier, terroriser, etc. La lecture des articles a enrichi et éclairé la compréhension du contexte des images, et les lettres des lecteurs de LIFE avec leurs réactions positives et négatives face aux articles, aux sujets et aux images ont permis de nuancer les opinions des auteurs des articles. Ainsi, j'ai pu inscrire cette étude dans un contexte historique, sociologique, politique et éthique.

1.1.1 Frise chronologique

Pour aider à retrouver les événements dans les publications, j'ai conçu une frise chronologique des événements importants précédents et contemporains de la Seconde Guerre mondiale sur le plan international et américain. Cette ligne du temps comporte et examine trois niveaux : international, américain et les publications de LIFE. Nous y retrouvons les dates et les descriptions des événements politiques et militaires, des citations célèbres et des images classiques de LIFE.

Cet exercice permet de mettre dans un contexte historique les images et les articles de LIFE et de voir s'il y a des constats intéressants à faire entre les dates de publications et les événements.

Voici les procédés retenus pour la construction de la frise chronologique :

1. Dans un document Excel, 4 colonnes avec les titres *Date*, *Lieu*, *Événement* et LIFE.

2. Dans la colonne *Date* : le jour, le mois et l'année de l'événement ou de la publication.
3. Dans la colonne *Lieu* : vis-à-vis de la date, lieu où se déroule l'événement : États-Unis, Europe/Océan Atlantique, Asie/Océan Pacifique, Afrique.
4. Dans la colonne *Événement* : l'événement associé à la date et au lieu. L'événement ne doit pas se limiter à la guerre : il peut être politique, social, culturel, etc. L'objectif est de créer des points de repère pour comprendre l'époque et les enjeux militaires.
5. Dans la colonne *LIFE* : le titre de l'article vis-à-vis de la date de sa sortie de publication (et non du fait rapporté). Les articles retenus sont à contenus militaires. La sélection a tenu compte de l'importance des événements d'un point de vue militaire.

Cette construction de la frise chronologique est intégrée dans le projet Web pour la diffusion de la recherche¹⁰¹. Cette intégration concrète permet de visualiser la relation temporelle des événements et des publications, et facilite le repérage des délais ou des répétitions notables quant à la médiatisation des événements.

1.1.2 Construction d'un corpus d'images

La première étape a consisté à faire un recensement des images de guerre publiées dans *LIFE* de 1936 à 1946. La construction d'un corpus visuel est efficace dans la mesure où elle sert de point de départ pour évaluer ce qui existe. Dans une deuxième étape, il a fallu procéder à l'analyse de ce contenu par une méthode qualitative pour comprendre les types d'images sélectionnées. Il a fallu ensuite opérer une sélection

¹⁰¹ Voir le chapitre 2.

finale d'un certain nombre d'images représentatives du sujet de recherche et de l'ensemble des images.

Ce corpus d'images, comme tout corpus, fait référence à un échantillonnage de documents déterminé à l'avance par des intérêts et des critères comportant inévitablement des impondérables et des éléments arbitraires. La construction d'un corpus est une forme de collecte d'information qui doit cependant respecter certaines normes et méthodologies pour permettre une analyse sérieuse des données. C'est sur cette construction que repose la recherche qualitative du sujet étudié. La sélection du contenu doit donc être la plus rigoureuse et concise possible.

Pour obtenir un corpus, Barthes suggère qu'il faut respecter en principe trois éléments : la pertinence, l'homogénéité et le synchronisme¹⁰². Dans un premier temps, les documents doivent être théoriquement pertinents et le corpus doit être construit avec un seul point de vue. Deuxièmement, les documents inclus dans le corpus doivent être matériellement homogènes. Troisièmement, les documents doivent respecter une tranche d'histoire précise.

La construction d'un corpus est une activité cyclique¹⁰³. C'est un système qui a tendance à croître. Trois étapes constituent ce cycle : sélection, analyse et resélection. Après chaque cycle, j'ai donc dû revoir l'ensemble de mes choix et évaluer si une variété de documents trop représentée, ou devenant marginale ne devait pas être rejetée du corpus.

¹⁰² Barthes, R. (1971). *Le degré zero de l'écriture*. Paris : Gonthier. p.170-172.

¹⁰³ Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2002). « Corpus Construction : a Principle for Qualitative Data Collection », in M. W. Bauer & G. Gaskell. (Eds), *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications. p.19-37.

En parallèle, j'ai recensé et documenté les figures de rhétorique qui s'appliquaient au contexte de l'image et de la mise en page. Ma recherche et ma documentation m'ont donné les outils nécessaires pour identifier les figures de rhétorique et leurs effets parmi les images sélectionnées et analysées du corpus. Un chapitre autonome est dédié aux définitions des figures de rhétorique retenues et elles sont appuyées par des exemples tirés du corpus¹⁰⁴.

Voici les étapes méthodologiques que j'ai suivies pour la construction du corpus d'images :

1. Établir les critères préliminaires de sélection : toute image de 1936-1945 et qui représente ou trace la présence de la guerre et publiée dans LIFE.
2. Photographier la page qui contient cette image.
3. Sauvegarder les images dans une base de données pour faciliter leur consultation : noter les références bibliographiques de la publication, la page et le titre de l'article, l'auteur de l'image photographique ou la source et sa légende.
4. Procéder à une première analyse : calculer la quantité d'images et de publications; évaluer la qualité d'exposition, de netteté, de reproduction, etc.
5. Établir les critères de la seconde sélection : les images doivent atteindre une certaine qualité de reproduction.
6. Recenser et documenter un certain nombre de figures de rhétorique pertinentes en fonction du sujet et des trois types de discours rencontrés : judiciaire, délibératif et épideictique.
7. Procéder à une première analyse : catégoriser les images selon le genre de discours : judiciaire, délibératif et épideictique.

¹⁰⁴ Voir le chapitre 3.

8. Procéder à une seconde analyse plus approfondie des documents : identifier les figures de rhétorique pour chaque image du corpus : allégorie, allocution (apostrophe, exclamation, interrogation), allusion, amplification, atténuation, comparaison, euphémisme, gradation, hyperbole, ironie, pléonasme, métaphore, métonymie, répétition, etc.
9. Si l'image n'a aucune valeur rhétorique, l'exclure du corpus.

1.1.3 Analyse rhétorique du corpus d'images

Dans le contexte des recherches en histoire qui considèrent l'image comme source d'information, About et Chéroux nous rappellent l'importance de connaître l'identité du photographe lorsque nous étudions la photographie documentaire dans un contexte d'événement. La photographie n'est pas un processus mécanique et automatisé; elle est l'œuvre d'un auteur avec une intentionnalité. Il est important de s'interroger sur son positionnement et le contexte dans lesquels il a photographié son sujet ou l'événement. De plus, les caractéristiques de l'image obtenue pour s'avérer révélatrice : le cadrage, la distance, le flou et l'exposition peuvent nous donner des informations sur la nature du contexte ou encore des limites techniques de la situation. Le sujet photographié doit aussi être étudié tant au premier niveau – son environnement – que de son contexte historique¹⁰⁵.

La méthode d'analyse OSCAR (Objet, Sujet, Contexte, Auteur, Rationalité)¹⁰⁶ a été formulée par Jean-Pierre Boyer¹⁰⁷, à partir de deux sources : L'archéologie du savoir de Foucault (1976) et *The Meaning of Meaning* d'Ogden et Richards (1928). Il s'agit

¹⁰⁵ About, I., Chéroux, C., *Op. cit.*

¹⁰⁶ Boyer, J.-P. (2001). *L'analyseur OSCAR, la prémisse : pour raconter une (des) histoire(s) dans (sur) l'Histoire*. Université du Québec à Montréal, Département des communications.

¹⁰⁷ Jean-Pierre Boyer est professeur à l'École des médias à l'Université du Québec à Montréal.

d'aborder le texte, l'image ou tout autre voie de communication comme un récit. Cette méthode est une forme d'analyse sémantique – étude de la signification - et sémiotique – analyse de signes – qui s'axe sur cinq paramètres : l'objet, le sujet, le contexte, l'auteur et la rationalité. C'est un processus d'analyse que j'ai entamé à ma maîtrise¹⁰⁸ et que j'ai développé à travers ma thèse.

Cette méthode est spécifique pour comprendre le récit ayant un Objet spécifique (événement, situation, problème) mettant en scène des Sujets humains ou acteurs sociaux particuliers, situés ou non dans des Contextes déterminés. Ce récit est créé par un Auteur développant une certaine Rationalité.

L'Objet se résume à une question : de quoi ou de qui parle-t-on dans le récit? La dimension « Objet » permet de distinguer les caractéristiques proprement factuelles d'un événement, c'est-à-dire les données de base sur lesquelles s'appuie le récit d'un auteur particulier. Dans le cas des images de guerre de LIFE, l'Objet sert à relier l'image à un événement historique.

Le Sujet permet de distinguer le protagoniste – principal sujet humain ou groupe social au cœur de l'événement – ainsi que ses partenaires et ses adversaires sociaux. Il peut y avoir des acteurs résiduels ou secondaires que nous nommons adjuvants. Ils peuvent prendre la forme de figurants ou de personnages cités dans le cadre du récit. Ce paramètre tente de déterminer à qui nous donnons la parole ou qui citons-nous? Son utilité sert à identifier les personnes photographiées.

Le Contexte réfère à la façon d'en parler. Quelle est la mise en perspective sociohistorique? Il s'agit de repérer les portions de texte ou d'image se rapportant à

¹⁰⁸ Martin, J. (2002). *Étrangéisation : multimédia ludique utilisant la distanciation*. Université du Québec à Montréal, mémoire de maîtrise en communication.

des événements antérieurs à l'événement lui-même et susceptibles d'éclairer la genèse et le pourquoi, toujours du point de vue d'un auteur particulier. Ce paramètre permet de comprendre les causes, les enjeux ou les conséquences.

Pour ce qui est de l'Auteur du récit, il s'agit d'indiquer le nom de l'auteur de l'article et le nom des photographes des images de l'article. Parfois nous n'avons pas accès au nom du photographe, mais seulement au nom d'une agence. Dans un deuxième temps, s'il y a lieu, il s'agit de relever ses inflexions, opinions ou interventions personnelles dans le cadre du récit.

À l'origine, la Rationalité a pour but de cerner les portions du récit qui contribuent spécifiquement à l'interprétation qu'un locuteur (cité par l'auteur) nous donne de l'événement et aux conclusions qu'il est possible de dégager au cours de la lecture du récit. Dans le contexte de cette recherche, la Rationalité servira à identifier la ou les figures de rhétorique, le discours rhétorique et son pouvoir médiatique, de déduire l'intention de l'image en rapport à son contexte et de tirer des conclusions du récit ou du discours de cette image.

L'analyseur OSCAR permet d'identifier les images du corpus, d'établir leur contexte et de préciser les figures de styles, le type de discours et le pouvoir qui sont utilisés.

OBJET	
Titre de l'article :	
Date de la publication :	
Édition de la publication :	
SUJET	
Protagoniste(s) :	
Adjuvant(s) :	
Adversaire(s) :	
CONTEXTE	
Évènement :	
Lieu :	
Enjeux :	
AUTEUR	
Auteur de l'article :	
Photographe(s)/Agence(s) :	
RATIONALITÉ	
Figures de rhétorique :	
Discours :	
Pouvoir de l'image :	
Intention :	

Tableau 1.1 Grille d'analyse OSCAR adaptée pour l'analyse des images du corpus.

En somme, ces outils méthodologiques m'aideront à sélectionner et évaluer la pertinence des images retenues. Par la suite, je serai en mesure d'analyser les images et de les mettre dans un contexte historique et culturel. De plus, ces outils contribueront à la réalisation de mon projet de création Web, tant au niveau de son contenu que de sa structure, lequel sera décrit dans le prochain chapitre.

CHAPITRE II

PROJET DE RECHERCHE-CRÉATION IMAGES-DE-GUERRE.ORG

La part de création de cette recherche consiste à réaliser un site Web pour diffuser cette recherche sur la rhétorique et le pouvoir de l'image de guerre de LIFE de 1936 à 1946. Il s'agissait d'abord de démontrer visuellement le résultat de mon enquête sur l'évolution du pouvoir des images de guerre que nous retrouvons spécifiquement dans LIFE.

Sur ce site, je présente une sélection du corpus d'images de LIFE organisé par périodes et par thématiques. Chaque période a un texte descriptif qui résume les enjeux politiques, les opinions publiques et les grands événements de celle-ci et chaque période inclut une frise chronologique des activités et des événements importants et relatifs aux guerres et conflits entre 1936 à 1946. Pour chaque période, une collection d'une vingtaine d'images les plus représentatives est dévoilée. Chaque image a une fiche technique et une description. On peut voir l'image dans son ensemble, c'est-à-dire consulter la page entière ou l'agrandir au point de pouvoir lire le texte, en visualiser un détail ou apprécier son ensemble. Les images sont reproduites avec le consentement écrit de TIME-LIFE INC.

Alors, quel est le lien entre mon projet Web et ma thèse? Dans ma thèse, je me questionne sur la transmission et l'archivage des documents culturels qui ont eu une influence sur l'histoire d'une société. Je considère que le Web offre la possibilité de

conserver et rendre accessible à une grande majorité de la population l'accès à ce type de document. Au début de mes recherches, j'ai rapidement réalisé à quel point il était difficile d'obtenir des affiches, des magazines et des journaux datant de certaines périodes. De nos jours, le Web rend de plus en plus disponibles des documents archivés. Avec mon site Web, je désire diffuser un échantillon de ma collection des pages du LIFE et le mettre en contexte avec ma thèse. Je pense qu'au-delà de l'écriture de ma thèse, il est important de la partager et éventuellement de la faire évoluer grâce aux réactions que suscitera ce site. Je ne veux pas que ma thèse ne soit qu'un document imprimé et archivé dans la bibliothèque de l'université. Je souhaite au contraire, qu'à l'instar du magazine grand public sur lequel porte cette recherche, qu'elle soit diffusée dans un contexte très vaste rejoignant potentiellement tous ceux qui ont un intérêt pour le sujet et qui désirent approfondir leurs connaissances. J'espère en outre contribuer à l'héritage de LIFE et lui offrir une place sur le Web pour qu'il continue à vivre virtuellement.

Lors de la conception de ce site Web, j'estimais important de voir comment le site Web pourrait évoluer et prendre de l'ampleur. Je devais réfléchir aux possibilités d'ajouter plus d'images et d'analyses, penser comment il serait réalisable aussi d'inclure d'autres périodes chronologiques ou d'autres guerres, voire même la possibilité d'inclure d'autres magazines dans le but de comparer le traitement d'un événement par une publication compétitrice, ou encore d'étudier une même photo et noter le contexte ou son utilisation par une autre revue. C'est vraiment la qualité première d'un site Web que d'être un média évolutif.

Sur la page d'accueil, tout comme sur les pages qui présentent les diverses thématiques dans la section images, un détail d'une photographie est affiché pour introduire une version complète de la page avec une analyse qui provient de la thèse. Lorsqu'il y a plus qu'une image dans la section, les détails photographiques défilent

en boucle. Cette succession d'images, tel un diaporama, attire l'attention du lecteur et hiérarchise le contenu en mettant l'emphasis sur les images qui comportent un texte par rapport à ceux qui n'en ont pas, mais qui ont néanmoins été retenues pour leur force. Chaque image qui est présentée en miniature a la possibilité d'être explorée dans un visionneur qui permet d'agrandir l'image pour en lire le texte et regarder en détail les photographies qui s'y trouvent. Lorsque plusieurs images miniatures sont contenues sur une page, nul besoin de fermer le visionneur pour regarder la suivante, car il est possible de passer d'une image à l'autre.

Pour compléter la navigation en format texte, j'ai inclus d'autres possibilités de naviguer vers certaines sections, telles *l'historique* et la *rhétorique*, au moyen d'applications qui simulent un carrousel d'images et qui dirigent l'internaute vers la page sélectionnée. De plus, l'ajout d'applications pour agrémenter l'esthétique du site Web telles des mosaïques d'images au début de chaque période chronologique dans la section *images* donne un aperçu des pages typiques des thématiques qui sont contenues dans cette section. Finalement, une frise chronologique des événements importants des cinq périodes chronologiques est offerte au lecteur. Il suffit simplement de survoler les carrés positionnés sur la frise pour connaître la date de l'événement et lorsque l'on clique, une visionneuse s'affiche avec une page du LIFE qui le détaille.

2.1 Sociopolitique

La sociopolitique répond à la question « à qui s'adresse cette œuvre » et dans quel but est-ce que cette œuvre a été créée. En tant que designer graphique Web possédant une formation en communication, il m'importe de toujours me questionner quant au destinataire d'un projet et de me demander ce que je veux lui offrir. Donc, ce site Web s'adresse à ceux qui ont un intérêt pour l'histoire des médias, plus

particulièrement celle de LIFE, à ceux qui s'intéressent à l'image de guerre et à sa rhétorique, aux enseignants postsecondaires et universitaires qui désirent discuter du rôle des médias dans notre société, aux chercheurs qui se préoccupent de la question du pouvoir de l'image médiatique, aux graphistes et photographes qui désirent avoir une référence visuelle sur les mises en page et les photographies de LIFE ou de magazines de cette époque ou aux historiens qui sont passionnés à la fois par la guerre et les médias.

Ce projet offre à l'utilisateur la possibilité de consulter le site Web comme une rubrique encyclopédique. L'utilisateur ne pourra pas s'impliquer dans le projet directement. Je ne veux pas à ce stade-ci créer une communauté virtuelle, mais bien un repère sur le sujet. Le site Web a été conçu en grande partie en HTML et en CSS avec des modules FLASH. La convivialité, la fonctionnalité et la pertinence du contenu sont les éléments sur lesquels j'ai porté mon attention lors de sa conception. Dans un premier temps, le projet est en français. Une traduction et un forum de discussion en anglais pourront s'ajouter dans le futur.

2.2 Esthétique

L'esthétique du projet est sobre, respectant le graphisme de LIFE de l'époque, et donne la priorité à la lecture des textes et des images. Compte tenu de la quantité d'images que j'ai recueillies, j'ai dû me concentrer davantage sur l'ergonomie d'utilisation et de présentation que sur l'esthétique décorative du site. En somme, l'esthétique a été déterminée par les besoins de lisibilité, de navigation et d'utilisation. La majorité de la programmation interactive est consacrée à la frise chronologique pour qu'elle soit dynamique, fonctionnelle et pour qu'au visionnement des images de LIFE, l'utilisateur soit capable de les agrandir et de les manipuler aisément.

Quant à la présentation des images du LIFE, il y avait deux approches possibles : soit isoler les images comme nous le retrouvons couramment sur le site Web de www.life.com ou respecter le contexte de la page du magazine tel que nous le retrouvons dans le livre *Kiosk. A History of Photojournalism*¹⁰⁹. J'ai considéré qu'il serait important de conserver l'image et de la représenter dans son contexte original. Selon les différentes définitions du photojournalisme (voir sect. 0.3.2), le texte joue un rôle important dans la mise en contexte de l'image. De plus, la juxtaposition des autres images peut créer de nouvelles significations.

Lorsque j'ai photographié les pages du LIFE, les magazines étaient tous reliés par trimestre ce qui amena quelques nuisances de lisibilité près de la tranche et une légère déformation de l'image due au bombement de la page. Cependant, cette problématique offrit une esthétique que j'appréciais : la présence de la tranche, de la gouttière et de la châsse donne du volume aux pages. J'ai finalement décidé de conserver les déformations et la présence des éléments propres à la reliure, car ils respectaient l'essence du magazine et rendaient la photographie des pages du LIFE tel un objet que nous désirons prendre et regarder. Cette esthétique qui simule les pages d'un magazine avec les propriétés de sa reliure et de son contexte original a aussi été utilisée dans *Things as They Are : Photojournalism in Context since 1955*¹¹⁰.

Puisque je n'avais que l'autorisation d'avoir un appareil photo et un trépied, la luminosité n'était pas optimale et j'ai dû photographier les albums sur une table en bois brun. J'ai dû procéder alors à des retouches infographiques pour éliminer la présence de la table en arrière-fond, car graphiquement elle était une distraction visuelle et esthétiquement elle n'ajoutait aucune valeur à l'image. Parfois, les

¹⁰⁹ Lebeck, R., von Dewitz, B. (2001). *Kiosk. A History of Photojournalism*. Göttingen : Steidl.

¹¹⁰ Panzer, M., Munneke, M., et Caujolle, C. (2007) *Things as They Are : Photojournalism in Context since 1955*. New York : Aperture Foundation.

photographies étaient sous-exposées et j'ai eu à faire également quelques corrections infographiques pour obtenir une qualité plus appropriée pour la lecture et l'appréciation de l'image. Aucune retouche autre que celles mentionnées précédemment n'a été effectuée sur les pages photographiées.

Pour l'esthétisme du site Web, j'ai opté pour des couleurs de fond qui jouent sur des tonalités d'anthracite. Les couleurs des textes sont en blanc et jouent sur des tonalités de gris clair pour établir une hiérarchie visuelle. Je voulais que les pages photographiées du LIFE rejaillissent de l'écran et après plusieurs maquettes, cette combinaison de couleurs m'a permis d'atteindre mon but. De plus, je voulais établir l'ambiance dans laquelle j'étais soumis lors de mon activité d'archivage à la bibliothèque Enoch-Pratt de Baltimore. Quoique la salle fût suffisamment lumineuse, j'avais l'impression d'être dans un lieu où rien d'autre n'était visible sauf ce qui m'importait, c'est-à-dire les pages que je photographiais et que j'étudiais.

2.3 Scénarisation

Voici un aperçu de la scénarisation de l'interface graphique destinée à la frise chronologique et à l'affichage des publications de LIFE. Le site Web accueille l'utilisateur avec une introduction de LIFE, sa mission et son rôle joué pendant la Seconde Guerre mondiale. Suit un texte introductif à propos du site Web et de son objectif. L'utilisateur peut consulter une rubrique qui définit les quatre pouvoirs de l'image et une autre rubrique qui explique la rhétorique et les différents types de discours que nous pouvons retrouver parmi les images sélectionnées. Ensuite, l'utilisateur peut consulter les images par périodes historiques divisées comme suit : « novembre 1936 — août 1939 », « septembre 1939 — novembre 1941 », « décembre 1941 — mai 1944 », « juin 1944 — avril 1945 », « mai 1945 — décembre 1946 ». Lorsque l'utilisateur sélectionne une période, une description de celle-

ci est présentée ainsi que les images sélectionnées du corpus qui sont les plus représentatives de cette période. Lorsque l'utilisateur sélectionne une image, une description s'affiche et explique l'intérêt, le pouvoir médiatique et les forces rhétoriques visuellement présentes. De plus, l'utilisateur a la possibilité de visualiser cette image, de l'agrandir, la réduire et la déplacer à sa guise. Une fois la visualisation de l'image plein écran terminée, il retourne à l'interface pour poursuivre sa consultation du site. L'expérience de l'utilisateur a pour but de lui démontrer par des exemples concrets comment les images médiatiques ont une force de discours et comment celles-ci varient selon les intentions de leurs auteurs et les événements vécus par la société.

2.4 Droits et bourses

J'ai obtenu, par écrit, l'autorisation de LIFE pour diffuser les photos que j'ai photographiées depuis leurs pages à la bibliothèque Enoch-Pratt de Baltimore. Il n'y a aucune limite quant à la quantité d'images que je peux publier sur le site – et dans cette thèse – pourvu que le site Web demeure sans but lucratif et vise un but académique. Ce projet de site Web ne fait pas partie intégrante d'un autre projet. Quoique le sujet porte sur LIFE et que LIFE m'ait donné les droits de reproduction en échange d'une copie de la thèse, ce projet ne leur appartient pas et au moment où la thèse est écrite, ce site n'est pas rattaché au site Web de LIFE¹¹¹.

Pour réaliser ce projet de création, j'ai reçu une bourse du CIAM¹¹² en octobre 2006 pour avoir accès à de l'équipement pour photographier les pages de LIFE, de

¹¹¹ <http://www.life.com>

¹¹² Centre interuniversitaire des arts médiatiques (CIAM) : <http://www.ciam-arts.org/>

l'équipement informatique afin de faire les retouches numériques des photos et aux logiciels nécessaires pour réaliser le site Web.

Voici les grandes étapes de mon travail :

Date	Étapes de production
Septembre 2005 – Décembre 2005	Repérer les images de LIFE qui ont pour sujet la guerre.
Octobre 2005 – Juin 2006	Prototypes des modules FLASH pour la frise chronologique et du visionnement des images de LIFE.
Janvier 2006 – Février 2006	Photographier les pages de LIFE retenues lors du repérage.
Mars 2006 – Mai 2006	Renommer les fichiers en fonction de leur date et de leur page de publication, première sélection des images de LIFE, infographie des images.
Juin 2006 – Juillet 2006	Conception et réalisation de la frise chronologique.
Août 2006 – Septembre 2006	Conception et réalisation des modules de visionnement des images de LIFE.
Octobre 2006	Assemblage final et mise en ligne du site Web de la version BÊTA.

Tableau 2.1 Calendrier de production pour le projet de site Web consacré aux images de guerre de LIFE entre 1936-1946.

Une version BÊTA a été développée en XHTML dans l'éventualité d'exploiter le XML et le XHTML5. Cependant, tout devait être encodé sans gestionnaire de contenu, l'exploitation d'une base de données était plus compliquée et le changement de gabarit était moins efficace.

J'ai mis à l'épreuve des systèmes de gestion de contenu pour exploiter une base de données, être en mesure de changer le gabarit sans affecter le contenu, et installer des modules pour augmenter l'interactivité ou rajouter de nouvelles fonctionnalités. Deux

systèmes *Open Source* exploitant une base de données MySQL¹¹³ et qui encodent en PHP¹¹⁴ ont retenu mon attention : Joomla¹¹⁵ et WordPress¹¹⁶. Après avoir adapté le site Web BÊTA aux deux plateformes, le gestionnaire de contenu que j'ai retenu est WordPress pour le développement officiel de mon site Web, car avec ce produit j'étais en mesure de mieux gérer le système d'administration des pages et j'obtenais une meilleure assistance technique dans mon entourage.

L'avantage d'être sur un système tel WordPress est qu'il serait éventuellement possible de permettre aux visiteurs de commenter les articles sans qu'il ne soit requis qu'ils s'y inscrivent. Quoiqu'il ne soit pas prévu d'offrir ces options dans un premier temps, je considère leur simple possibilité comme une plus-value.

J'ai apporté quelques améliorations depuis la version BÊTA : la possibilité de faire des recherches par mots-clés, un formulaire pour entrer en contact avec l'auteur du site plus efficacement et la possibilité de sauvegarder les textes en format PDF. De plus, au lieu d'avoir de longs textes qui s'affichent, je n'en présente qu'une partie et je laisse au lecteur le choix d'en poursuivre la lecture.

Tous les visiteurs de ce site Web peuvent le consulter en totalité. Il n'y aura pas de sections fermées ou réservées. Les visiteurs ne pourront pas participer au contenu, mais auront la possibilité d'envoyer leurs commentaires ou suggestions par courriel (une adresse courriel sera alors disponible). Puisque j'ai le consentement de LIFE, je n'ai pas besoin de mettre un mot de passe pour accéder au site et il ne sera donc pas nécessaire de s'enregistrer pour y accéder.

¹¹³ <http://www.mysql.com/>

¹¹⁴ <http://www.php.net/>

¹¹⁵ <http://www.joomla.org/>

¹¹⁶ <http://wordpress.org/>

Ce site Web est consultable et entièrement fonctionnel dans les navigateurs suivants pour plates-formes Windows et Macintosh : Microsoft Internet Explorer (version 6.0 et supérieure), Netscape Navigator (version 7.0 et supérieure), Firefox (version 1.0 et supérieure), Safari (version 1.0 et supérieure). La navigation du site Web ne dépend pas de modules conçus en Flash afin de m'assurer que le site Web puisse être consulté sur les tablettes électroniques (iPad) et les téléphones intelligents (iPhone) d'Apple qui ne supportent pas les applications conçues en Flash. Avec l'arrivée du HTML5, plusieurs applications conçues en Flash pourront éventuellement être adaptées en HTML5. La majorité des liens se font par des liens textuels, sauf pour accéder au visionneur d'image ce qui se fait en cliquant sur l'image à agrandir.

J'assure financièrement et techniquement que le site Web sera en ligne pour les cinq prochaines années. Je détiens les noms de domaine images-de-guerre.org et images-of-war.org dans le but éventuel de pouvoir offrir une version anglaise du site. Quoique le site Web soit mon œuvre, quelques personnes se sont impliquées au niveau technique.

Nom	Centre interuniversitaire des arts médiatique
Contact	Martin Pelletier Chargé de projet pelletier.martin@ciam-arts.org (514) 987-3000 poste 2543 Université du Québec à Montréal, local J-R465
Site Web	http://ciam-arts.org/
Adresse	CIAM - centre interuniversitaire des arts médiatiques École des arts visuels et médiatiques Université du Québec à Montréal C. P. 8888, succursale Centre-Ville Montréal (Québec) H3C 3P8

Nom	Services de consultation et d'intégration de systèmes
Contact	Marc Mathieu mmathieu@scisweb.com (514) 817-4483
Site Web	http://www.scisweb.com/
Adresse	SCIS - Services de consultation et d'intégration de systèmes 8036, Fernando-Pessoa Laval (Québec) H7Y 2J2

Nom	Inferno Studios
Contact	Anthony Cioffi anthony.cioffi@gmail.com (514) 220-9160
Site Web	http://www.infernostudios.ca

2.5 PRÉSENTATION PUBLIQUE

Le site Web a été l'objet d'une soutenance publique et d'un événement spécial de diffusion. Le site Web images-de-guerre.org a été présenté au Théâtre J. Armand Bombardier du Musée McCord¹¹⁷ le 26 janvier 2011 entre 18 h et 20 h. Plus de 60 personnes se sont présentées pour l'événement. Des postes multimédias ont permis aux invités de découvrir le site Web. Les invités ont également eu accès aux expositions permanentes et temporaires dont l'exposition de Yousuf Karsh et d'Edward Steichen - « L'art du portrait de célébrités » et de Gabor Szilasi - « L'éloquence du quotidien », des photographes qui ont marqué l'histoire de la photographie canadienne et internationale. En mi-soirée, Louise Poissant et Charles Perraton, mes directeurs de thèse ont eu la gentillesse de prononcer une introduction quant à notre collaboration. Par la suite, j'ai eu le plaisir de présenter mon projet, son contexte et mon parcours vers son aboutissement.

¹¹⁷ Le Musée McCord est situé au 690, rue Sherbrooke Ouest à Montréal.

CHAPITRE III

MÉDIOLOGIE DE LIFE

La médiologie s'intéresse aux liens entre la politique, la technique et la culture telles qu'on les trouve cristallisées dans des objets qui contribuent au patrimoine et à la mémoire collective¹¹⁸. Plus particulièrement, la médiologie se concentre sur le phénomène de la transmission de l'objet et s'intéresse à tout ce qui contribue à la mémoire collective et intergénérationnelle. La médiologie examine donc la transmission assurée par des institutions qui accordent de l'importance à l'objet et qui le considèrent significatif et suffisamment investi pour servir de lien entre les générations.

3.1 Le magazine LIFE du point de vue de la médiologie

Il est essentiel de resituer LIFE dans le contexte de son époque. Il est le premier magazine américain entièrement imagé et qui a dominé le marché pendant plus de quarante ans. À partir des années soixante-dix et jusqu'aux années 2000, LIFE publiait des éditions spéciales thématiques. D'octobre 2004 à avril 2007, LIFE fait son retour officiel comme périodique populaire, en tant que supplément hebdomadaire à des journaux américains. Le 26 mars 2007, LIFE annonça qu'il migrerait sur support électronique. LIFE vivra dorénavant exclusivement sur le Web et une nouvelle ère pour LIFE a donc débuté. Pour les deux premières années, LIFE tenta de continuer sa

¹¹⁸ Debray, R. (2000). *Introduction à la médiologie*. Paris : Presses Universitaires de France. p.2-5.

formule de magazine sur le Web avec des sujets d'actualité pour enfin adopter une approche plus historique et moins journalistique, en présentant des thèmes tels les nouvelles, les célébrités, les voyages, les animaux, les sports et des thématiques historiques par le biais de photographies du XX^e et XXI^e siècles.

Ce magazine a acquis le statut d'objet culturel qui permet au public d'accéder à des informations, aux valeurs et aux savoirs de plusieurs époques en passant par la Deuxième Guerre mondiale, la présidence de John F. Kennedy, la conquête de l'espace, la Guerre du Vietnam, etc. À travers LIFE, une part importante de la mémoire collective américaine de 1936 à 1972 reste accessible et consultable. LIFE a été un objet très présent dans les foyers américains. En 1938, LIFE avait 2 237 898 d'exemplaires en circulation par semaine et estimait être lu par plus de 18 200 000 personnes¹¹⁹. En 1942, 4 millions de LIFE étaient vendus par semaine et LIFE estimait qu'il était lu par plus de 23 000 000 d'Américains à chaque semaine¹²⁰. Et bien que sa publication papier ait été interrompue en 2007, il continue à revivre parmi les générations qui succèdent à ses premiers lecteurs, soit par l'héritage de vieilles éditions ou par l'achat de livres récents qui réimpriment certaines photos mémorables.

De nos jours, les bibliothèques qui ont la capacité d'archiver les magazines populaires ont généralement des copies de LIFE que l'on retrouve plus fréquemment reliées par trimestre. Il est même encore possible de retrouver des copies de LIFE non reliées. Plusieurs institutions telles les écoles, les universités, les petites bibliothèques municipales ont fait donation de leurs éditions de LIFE à de plus grosses institutions telles des bibliothèques importantes comme celle de l'Enoch Pratt Library à Baltimore. Cette même bibliothèque offre la possibilité de consulter LIFE en

¹¹⁹ LIFE Magazine. 24 avril 1939, p.69.

¹²⁰ LIFE Magazine. 26 octobre 1942, p.126.

microfilm. Cet exercice moins intime permet une consultation rapide et évite d'endommager les éditions originales. Il est à noter que bon nombre des revues s'effritent à cause de l'acidité de certains types de papier utilisés et de l'humidité que la revue a pu absorber avec le temps. Quoique les revues ne soient pas accessibles sur les étagères publiques de la bibliothèque, un bibliothécaire peut les sortir des archives pour consultation sur place. Ainsi, à la Grande Bibliothèque nationale du Québec, il faut prévoir quelques jours pour qu'un bibliothécaire puisse compléter la demande, car il doit retrouver les éditions demandées dans la réserve.

Le support comme voie de transport dans le cas de LIFE est le papier imprimé. Le papier couché était communément utilisé et de très bonne qualité. Pendant la Seconde Guerre, LIFE a dû utiliser un papier moins lustré et de moindre qualité à cause d'une pénurie de papier. Il était même possible de trouver jusqu'à quatre types de papiers différents à l'intérieur d'une même revue. Autrement, LIFE assura une qualité d'impression grâce aux nouvelles avancées technologiques de l'imprimé : machinerie, encre, reliure, etc.

De plus, la qualité des images reproduites dépend beaucoup du type de papier utilisé ce qui a une incidence sur la densité du tramage. Les journaux utilisent un papier poreux et non couché qui limite son impression généralement à 85 lignes au pouce alors que les magazines tels LIFE utilisent un papier couché qui permet l'utilisation d'une trame de 133 lignes par pouce et plus, ce qui contribue à la finesse des images imprimées.

LIFE est avant tout un contenant : il recueille des photographies, du texte, de la publicité, des graphiques, des illustrations, etc. Avec son grand format de 9.5" x 11.5", il offrait à ses lecteurs de grandes photos avec une qualité de reproduction de haute qualité. En étant contenant, LIFE devient un objet transportable; nous pouvons

l'amener avec nous en le roulant dans nos mains, en le glissant dans notre valise ou encore sous notre bras. C'est aussi un objet partageable; chaque membre d'une même famille peut le lire à son tour, le donner à son voisin, l'oublier sur le banc d'un wagon de train, le prendre et le lire en attendant son tour chez le barbier. LIFE est aussi un objet transformable : nous pouvons y griffonner sur les images pour en faire des caricatures, les découper ou déchirer des pages entières pour les insérer dans un livre ou les accrocher au mur. Certains lecteurs de LIFE encadraient les images alors que d'autres les découpaient pour les insérer dans un album. Ces albums permettent donc à leurs propriétaires de conserver des articles et des images qui leur semblent précieux et par conséquent d'offrir une trace tangible des événements de leur époque dignes d'être préservés comme souvenirs.

Dans une demeure, nous pouvions retrouver LIFE sur une table, dans la bibliothèque, dans un panier à revues, sur un comptoir, sur le plancher ou perdu dans un amas. Il est surprenant de constater combien et comment ce magazine a survécu au temps et à la domesticité. Le fait de conserver la revue permettait au propriétaire de garder un souvenir. De fait, peu de gens osaient s'en débarrasser, car il y avait soit un attachement émotionnel à une image ou une couverture, soit une augmentation mnémonique reliée à des références visuelles et documentaires sur diverses questions d'actualité politique, artistique et sociale.

LIFE était principalement distribué aux États-Unis. Les citoyens américains des grandes villes et des petits villages pouvaient s'en procurer une copie. La meilleure façon de s'assurer une copie était de souscrire. De 1946 à 1956, entre 40% et 62% des consommateurs étaient des souscripteurs, alors que de 1957 à 1967 entre 53% et 85% des consommateurs sont des souscripteurs. C'est en 1971 que nous remarquons un

record de 93% de souscriptions à LIFE¹²¹. La distribution de LIFE à ses souscripteurs était faite par la poste. Russell Baker était un jeune facteur à Baltimore à la fin des années 1940 et il raconte son expérience avec la livraison de LIFE dans sa biographie « *The Good Times* » : « *The great backbreaker was LIFE magazine. Every Baltimorean with a mailbox seemed to subscribe.* »¹²²

Cependant, LIFE, comme la plupart des magazines, n'avait pas la notoriété de la radio ou de la presse quotidienne. Selon une étude sur les médias vers les années 1940 par Lazarsfeld et Harry Field, sur 2571 adultes sondés 87% possédaient une radio, 84% lisaient les quotidiens et seulement 53% feuilletaient régulièrement un magazine. La radio demeura pendant les années 1930 et 1940 la source principale d'information pour les Américains¹²³.

La population cible de LIFE était la classe moyenne et la classe moyenne supérieure, urbaine et républicaine¹²⁴. Les lecteurs typiques de LIFE étaient les adultes âgés de trente et trente-quatre ans de la classe professionnelle ou de la classe ouvrière spécialisée, ils étaient mariés et possédaient une éducation collégiale¹²⁵. Quant à la couche populaire, elle ne lisait pas les magazines, car elle avait ni l'argent et ni le temps pour se procurer et lire un magazine régulièrement¹²⁶.

Toutefois, il ne faut pas oublier que LIFE était un magazine illustré qui pouvait être apprécié et compréhensible sans la nécessité de lire les articles ce qui le rendait

¹²¹ Zuilen. A. J. van. (1977). *The Life Cycle of Magazines*. Pays-Bas : Graduated Press. p.91-98.

¹²² Baker. R. (1989). *The Good Times*. New York : Penguin. p.39.

¹²³ Field, H., Lazarsfeld, P. F. (1946). *The People Look at Radio*. Chapel Hill : University of Carolina Press. p.99.

¹²⁴ Baughman, J. L. (2001). « Who Read Life? », in E. Doss. (Ed.), *Looking at Life Magazine*. Washington, DC : Smithsonian Institution Press. p.48.

¹²⁵ *Ibid.*, p.43.

¹²⁶ *Ibid.*, p.43.

accessible aux analphabètes dont on évaluait le nombre autour de 4,3 millions en 1930, 2,9 millions en 1940, 3,2 millions en 1950 aux États-Unis. Bon nombre de ceux-ci n'étaient pas nécessairement des gens sans éducation, mais plutôt des immigrants qui ne savaient pas lire l'anglais¹²⁷.

La lecture de LIFE par la société américaine de 1936 à 1946, tout comme dans les générations subséquentes, se faisait un peu partout : à la maison, chez le barbier, dans la salle d'attente chez le médecin ou le dentiste, en train ou en autobus, à la bibliothèque municipale, etc¹²⁸. De nos jours, c'est rare de retrouver un LIFE d'époque dans un foyer américain. Il est encore possible de se procurer certains numéros dans des librairies de livres usagés ou encore en passant par le Web sur des sites comme www.ebay.com et www.olderlifemagazines.com, entre autres.

Le 18 novembre 2008, Google et LIFE sont venus à une entente pour republier les anciens numéros du LIFE de 1936 à 1972. Ils sont maintenant disponibles sur Google Books¹²⁹. Comme tous les livres disponibles sur Google Books¹³⁰, nous pouvons dorénavant relire LIFE par éditions, accéder à une table des matières, faire une recherche par mots-clés à travers les textes, visualiser les pages individuellement ou en double-page. Pour ceux qui ne sont pas à l'aise avec le Web et qui considèrent que les images de LIFE nécessitent une expérience tactile qui implique le papier, LIFE a republié plusieurs de ses images à maintes reprises sous forme de bouquin ou de magazine en édition thématique spéciale^{131 132 133}. Depuis le 31 mars 2009, LIFE et

¹²⁷ National Assessment of Adult Literacy (2008). *120 Years of Literacy*. Consulté le 29 juin 2008 à partir de http://nces.ed.gov/naal/lit_history.asp

¹²⁸ *Ibid.*, p.42-43.

¹²⁹ Life Magazine et Google Books. Page consultée le 30 janvier 2010 à 16:45, à partir de <http://books.google.com/books/serial/ISSN:00243019?rview=1>

¹³⁰ <http://books.google.com/>

¹³¹ LIFE Magazine (Ed.). (1986). *Life Magazine Special 50th Anniversary Issue*. New York : Time Inc.

Getty Images¹³⁴ ont combiné leurs archives et il est maintenant possible de retrouver sur www.life.com une collection de photographies qui ont marqué l'histoire de LIFE et des médias modernes¹³⁵.

LIFE est une institution américaine dans le monde des publications populaires. Cependant, pour que LIFE puisse survivre, il a besoin d'autres institutions comme les bibliothèques et les archives nationales des États-Unis (NARA) qui ont la capacité de l'archiver, le cataloguer et le rendre accessible au public. Le Web offre aussi la possibilité d'archiver des exemplaires virtuels de LIFE. Alors, désormais la responsabilité d'assurer la survie de LIFE repose sur ses propriétaires, Time-Warner. Néanmoins, d'autres organismes ou individus peuvent être motivés à s'investir à rendre accessible sur le Web des images et des éditions virtuelles du magazine avec le consentement, évidemment, de LIFE.

Les nouvelles technologies de 1930 en photographie et en imprimerie ont contribué à l'existence et au succès de LIFE. Si on compare à la Grande Guerre, les appareils photo plus compacts ont permis aux photographes de se déplacer plus aisément sur le terrain, de mieux suivre l'action et de prendre plus de photos avec un seul rouleau de film. Les nouveaux procédés d'impression ont permis d'imprimer les photographies avec une finesse et une fidélité bien supérieure aux photographies apparaissant dans les journaux. Ces améliorations technologiques permirent à LIFE d'atteindre son plein potentiel dans le développement d'une nouvelle rhétorique de l'image médiatique : la photographie est plus proche de l'action, la qualité de l'image est surprenante et la

¹³² LIFE Magazine (Ed.). (2004). *The Great Life Photographers*. États-Unis : Little, Brown & Company.

¹³³ LIFE Magazine (Ed.). (2008). *The Classic Collection*. New York : Time Inc.

¹³⁴ <http://www.gettyimages.ca/>

¹³⁵ Page consultée le 30 janvier 2010 à 18:15, à partir de <http://www.life.com/service/aboutus>

livraison des informations en images arrive chez les lecteurs dans des délais très courts pour l'époque.

3.2 Les technologies de LIFE

LIFE profite des avancements technologiques de l'appareil photo, des méthodes de transmission de l'image et de l'imprimerie. Avant que LIFE ne lance sa première publication, Henri Luce et ses collègues ont réfléchi aux différentes logistiques de transmission des images pour s'assurer d'avoir les images nécessaires pour concevoir chaque numéro avec les nouvelles les plus actuelles. LIFE a aussi contribué à des progrès technologiques en imprimerie pour s'assurer que son magazine s'imprime rapidement avec des coûts qui permettaient, dès les débuts, de vendre chaque exemplaire à 10 ¢¹³⁶. Lorsque nous comparons le prix de vente de LIFE en rapport avec le prix du beurre, du pain et du *New York Times*, LIFE se vendait à un prix raisonnable pour la majorité des gens de la classe moyenne (voir tableau 3.1).

¹³⁶ Selon les calculs du American Institute for Economic, 10 ¢ en 1936 représenterait 1,49 \$ en 2007. Consulté le 15 mars 2008 à partir de <http://www.aier.org/research/cost-of-living-calculator>

Années	LIFE	Pain (1 lb)	Beurre (1 lb)	The New York Times
1970	50 ¢	24,3 ¢	86,3 ¢	20 ¢
1960	20 ¢	20,3 ¢	74,9 ¢	5 ¢
1950	20 ¢	14,3 ¢	72,9 ¢	5 ¢
1946	15 ¢	10,4 ¢	71 ¢	3 ¢
1945	10 ¢	8,8 ¢	50,7 ¢	3 ¢
1944	10 ¢	8,8 ¢	50 ¢	3 ¢
1943	10 ¢	8,9 ¢	52,7 ¢	3 ¢
1942	10 ¢	8,7 ¢	47,3 ¢	3 ¢
1941	10 ¢	8,1 ¢	41,1 ¢	3 ¢
1940	10 ¢	8 ¢	36 ¢	3 ¢
1939	10 ¢	7,9 ¢	32,5 ¢	3 ¢
1938	10 ¢	8,6 ¢	34,7 ¢	3 ¢
1937	10 ¢	8,6 ¢	40,7 ¢	3 ¢
1936	10 ¢	8,2 ¢	39,5 ¢	3 ¢
1930	-----	8,6 ¢	8,6 ¢	3 ¢
1920	-----	11,5 ¢	11,5 ¢	2 ¢

Tableau 3.1 Tableau comparatif des prix de vente de LIFE, une livre de pain, une livre de beurre¹³⁷ et le journal quotidien *The New York Times*.

Le fait que LIFE ait réussi à combiner un prix de vente accessible à l'ensemble de la population américaine avec une qualité de reproduction et une grande quantité de photographies lui a assuré d'être compétitif. Pour comparer son prix de vente de 1936 à 1946 à 10 ¢ l'exemplaire, *Saturday Evening Post* se vendait à 5 ¢ mais n'avait pas autant de photographies que LIFE, alors que *Look*, le rival de LIFE, se vendait aussi à 10 ¢, le *Time* se vendait 15 ¢. Les publications mensuelles spécialisées comme *Town and Country* se vendaient 30 ¢ et *National Geographic* se vendait 50 ¢, mais son abonnement annuel de 12 numéros était de 3,50 \$ jusqu'en 1942 et passa à 4 \$ en 1943. *Fortune*, qui était une publication destinée à un public du monde financier, se

¹³⁷ U.S. Federal Government. Retail Prices of Selected Foods in U.S. Cities (BLS): 1890 to 1970. Consulté le 23 mars 2005 à partir de <http://www.foodtimeline.org/foodfaq5.html>.

vendait 1 \$ du mensuel. Pour être rentable, LIFE ne se limitait pas à la vente de son produit à ses lecteurs, mais comptait sur la vente publicitaire dans son magazine. Le magazine qui a débuté avec un exemplaire de 64 pages s'est gonflé à une présentation de plus de 128 pages en quelques années. Ce phénomène peut s'expliquer par l'augmentation du nombre de publicités et des textes éditoriaux. Lorsque nous comparons le LIFE du 11 janvier 1937 et le LIFE du 2 novembre 1942, le premier contenait 46 pages avec au moins une photographie journalistique sur 64 pages (72 %) versus le second qui contenait au moins une photographie journalistique sur 78 pages dans une publication de 124 pages (63 %).

La publicité contribua à la survie économique de LIFE comme pour la plupart des grands médias. Trois mois avant sa première publication, LIFE établit ses taux pour ses espaces publicitaires selon les normes suivantes : 800 \$ pour une publicité d'une demi-page, 1500 \$ pour une publicité pleine page et 2500 \$ pour une publicité qui s'étend sur deux pages. Selon les normes de l'époque, ces tarifs étaient considérés abordables. Cependant, les publicitaires n'accordent pas un énorme pourcentage de leur budget aux magazines, contrairement à ce qu'ils accordent aux journaux, mais s'assurent d'une visibilité continue et stratégique (voir tableau 3.2).

Année	Journaux	Magazines	Radio	Télévision	Autres
1935	45,2	8,3	6,5	-	40,0
1940	39,2	9,6	10,5	-	40,7
1945	32,0	12,5	14,6	-	40,9
1950	36,5	9,0	10,7	3,0	40,8
1955	34,0	8,0	6,1	11,2	40,7
1960	31,0	7,9	5,8	13,3	42,0
1965	29,4	7,9	5,9	16,5	41,3
1970	29,7	6,7	6,5	18,6	38,5
1975	29,9	5,2	7,0	18,6	39,3
1980	28,5	5,9	5,7	20,7	38,6

Tableau 3.2 : Pourcentage des dépenses de publicité attribuées aux différents médias par année¹³⁸.

La popularité de LIFE ne se calcule pas seulement par la quantité d'exemplaires vendus, mais aussi par le nombre de mains entre lesquelles ils passent. Il est estimé qu'un même exemplaire pouvait être lu par 4,63 personnes différentes¹³⁹. Il était donc nécessaire d'en faire une construction robuste, d'utiliser un papier résistant et des encres étanches; ces détails ont contribué aussi à son succès à l'époque et à sa conservation jusqu'à aujourd'hui.

3.3 Film

Au milieu des années 1880, les améliorations technologiques des films ont permis d'éliminer les procédés photographiques au collodion humide qui employaient des plaques de verre lourdes, rigides, fragiles et humides et de les remplacer par un film en celluloïd souple, sec et facilement transportable. Le procédé mis au point par Eastman était offert en rouleaux et pouvait stocker plusieurs images. Il s'est vite

¹³⁸ Emery, E., Emery, M. (1984). *The Press and America: an interpretive history of the mass media*. New Jersey : Prentice-Hall. p.448.

¹³⁹ Zuilen. A. J. van. (1977). *The Life Cycle of Magazines*. Pays-Bas : Graduated Press. p.255.

commercialisé. Ce film avait en outre une plus grande sensibilité à la lumière et était adaptable à des appareils photo de petit format.

Contrairement au procédé au collodion humide avec lequel le photographe devait développer la photo avant que la plaque ne sèche, le film développé par Eastman pouvait être conservé, transporté et développé ultérieurement. Ces avantages permettent au photographe de s'adonner à de nouvelles pratiques photographiques comme le voyage et le journalisme. Avec les films conservés en rouleau de façon compacte et des temps de développement repoussés, le photographe peut entreprendre des aventures et attendre à son retour pour développer ses photos.

Ces nouveaux procédés auront un impact sur la pratique journalistique même. En effet, dorénavant, les journalistes peuvent se présenter sur les lieux d'un événement et prendre leurs propres photos pour illustrer leurs articles. Dès 1897, Bert Underwood couvre la guerre gréco-turque pour Underwood & Underwood ainsi qu'Harper's Weekly. En 1898, Thomas Robinson Dawley Jr. couvre et photographie l'insurrection de Cuba pour Harper's Weekly. Après la publication de cette histoire, il y a une vague de journalistes-photographes professionnels qui émergent aux États-Unis pour couvrir la guerre hispano-américaine en 1898.

3.4 Appareils photo

À cette époque, tout comme aujourd'hui, un photographe recherche un appareil photo ayant les quatre qualités suivantes : adaptabilité aux situations, rapidité opératoire, compatibilité et portabilité du format et indestructibilité de l'équipement. Cependant, le choix d'un appareil photo pouvait être imposé par l'agence de presse ou devenir un choix très personnel : la façon de le tenir et de le porter, la qualité de la lentille, la

vitesse du changement du film, etc. Choisir un appareil photo doit répondre à des exigences générales, mais aussi à une façon de travailler personnelle et au contexte du travail.

Puisqu'il est peu probable qu'un appareil photo puisse répondre à tous les besoins et aux diverses situations dans lesquelles un photographe peut se retrouver, il était autrefois recommandé d'avoir en sa possession plus qu'un appareil photo. Voici une description générale d'une valise d'un photographe de presse vers 1939 : deux appareils photo de type Leica ou Contax avec les lentilles supplémentaires, un Graflex 4 x 5 avec une lentille $f/4.5$, deux téléobjectifs de 12", un téléobjectif de 17" à $f/4.5$ et une lentille grand-angle, un Graflex 5 x 7 équipé d'une lentille de type « *Big Bertha* », deux flashes photographiques pouvant utiliser trois ampoules ou plus, des ampoules supplémentaires, un trépied, une douzaine de cassettes à négatif et beaucoup de films.¹⁴⁰

Jusqu'aux années 1960, les ampoules aux filaments de magnésium avec un diamètre d'un pouce étaient les plus utilisées. Ces ampoules ne pouvaient servir qu'une seule fois, car le filament de magnésium devait être brûlé complètement. Tout comme les flashes électroniques modernes, ces ampoules pouvaient décharger un éclair de lumière en 1/1000 de secondes. Cependant, il était préférable d'utiliser une vitesse d'obturation entre 1/100 et 1/1000.¹⁴¹

À l'époque du photojournalisme des années 1930 et 1940, les appareils photo sont plus légers et compacts ce qui permet au photographe de les tenir plus aisément dans ses mains. Un photographe peut se déplacer et photographier sans se soucier du trépied pour soutenir l'appareil photo. Celui qui couvre la guerre — tout comme celui

¹⁴⁰ Vitray, L., Ellard, R. B., Mills, J. (1939). *Pictorial Journalism*. New York : Arno Press. p.135-136.

¹⁴¹ Emanuel, W. D. (1946). *Leica Guide*. Londres-New York : The Focal Press. p.109.

qui couvre l'actualité civique — se promène avec son appareil photo toujours prêt à photographier. Il devient pratiquement comme un chasseur qui patiente à tirer sa proie ou encore comme un soldat qui vise sa prochaine victime. En anglais, on associe le verbe « photographier » à l'action de « tirer » — « *to shoot* ». ¹⁴² Lorsque l'on observe les photographies de Robert Capa, lors du débarquement de Normandie par les Américains sur les plages d'Omaha, il débarque en même temps que les soldats : il pointe et tire avec son appareil photo ses sujets — les soldats — qui demeurent figés et immortalisés sur ses photographies.

Contrairement aux appareils photo du XIX^e siècle, le Speed Graphic est plus petit et léger ce qui permet aux photographes de le tenir dans leur main. Jusqu'au milieu des années 1960, cet appareil photo est le plus populaire auprès de la presse américaine. Il est introduit en 1912 par Folmer et Schwing, une division d'Eastman Kodak et est produit jusqu'en 1973. Le Speed Graphic offrait différentes tailles de négatif dont 2¼ x 3¼, 3¼ x 4¼ et 4 x 5. Malgré sa référence à la vitesse dans son nom, sa manipulation n'était pas rapide puisqu'il n'était possible que d'insérer un négatif à la fois à l'arrière de l'appareil photo; la Rolleiflex, introduite en 1928, offrait la possibilité d'insérer un film en rouleau qui produisait un négatif d'une taille de 6 x 6 cm, mais elle était moins appréciée des photographes de presse. À partir des années 1930, la Speed Graphic était l'appareil photo standard dans les agences de presse. Le Speed Graphic permettait de s'agencer avec un « *flashgun* » grâce à un support qui la rendait compacte et unifiée. De plus, la lentille pouvait être remplacée par une autre selon le besoin de la situation. ¹⁴³

À cause du progrès technologique des films par Eastman, la qualité des photographies s'est nettement améliorée en quelques décennies. Les photographies gagnantes du

¹⁴² Sontag, S. (1990). *On Photography*. New York : Picador. p.14-15.

¹⁴³ Fulton, M. (1988). *Eyes of Time: Photojournalism in America*. Boston : Little Brown. p.115.

Pulitzer de 1942 à 1954 et en 1961 ont été prises avec le Speed Graphic. Eugene Smith, photographe pour LIFE, déclare « *The world just does not fit conveniently into the format of a 35mm camera.* » Prise hors contexte, cette citation peut prendre différentes interprétations. Cependant, une conclusion que nous pouvons faire dans le contexte actuel, c'est que lorsqu'on utilise un appareil photo de grand ou moyen format comme le Speed Graphic, la façon de regarder à travers l'objectif n'est pas la même qu'à travers un appareil 35 mm. Avec ce dernier, le photographe est forcé de regarder à travers un trou d'un centimètre de diamètre et d'obliger l'œil à explorer les périphéries de ce trou pour bien cadrer le sujet. De plus, à cause de la dimension limitée du 35mm, le cadrage doit être le plus précis possible, car il n'a pas beaucoup de jeu pour effectuer un recadrage au moment de l'impression sans trop perdre de la qualité. Cependant un appareil tel un Speed Graphic permet de regarder l'image telle qu'elle sera imprimée sur le négatif. De plus, grâce à la dimension du négatif, il est possible de cadrer plus généreusement le sujet et de prendre en photo plus de détails ou une plus grande scène qu'un appareil 35 mm n'aurait pu offrir. Selon moi, ce dernier critère rejoint mieux le commentaire de Eugene A. Smith : dans une situation où l'instantanéité est critique, l'activité de cadrage n'est pas la priorité, mais le saisissement du moment est la préoccupation principale du photographe; donc cet appareil photo répondait à ce besoin.

Au début des années 1930, les petits appareils¹⁴⁴ ont été mis à l'épreuve dans le contexte de la photographie de presse. Les photographes formés doutaient de la performance que pouvaient offrir les petits appareils. Pendant le temps d'essai des petits appareils, les grands événements étaient confiés aux photographes d'expériences qui prônaient les appareils photo de grand format. Les petits appareils photo étaient alors remis aux photographes débutants pour des tâches où il était

¹⁴⁴ Featherstonbaugh définit les appareils photo miniature comme tous appareils qui produisent un négatif de 2¼ x 3¼ et moins incluant les format 6 x 6 cm et le 35 mm.

nécessaire d'obtenir des photos, mais où la qualité n'était pas une exigence.¹⁴⁵ Cependant, les appareils photo miniatures ont su démontrer qu'il était possible d'obtenir des résultats qui étaient comparables aux appareils grand format dans le contexte de la photographie de presse. De plus, ces petits appareils se sont prouvés rapides quant à leur utilisation et ils avaient l'avantage d'utiliser un film qui était plus économique. C'est alors que les petits appareils photo ont été assignés à des événements sportifs et des sujets candides. Ces appareils étaient aussi offerts aux journalistes dans l'éventualité qu'une bonne image se présenterait.¹⁴⁶

Dans *Press Photography with Miniature Camera*, Featherstonbaugh défend l'utilisation de petits appareils photo dans le contexte du journalisme. Selon lui, les résultats pouvaient être aussi bons que les appareils photo de grand format et qu'il y avait plusieurs avantages à utiliser un petit appareil photo. Cependant, il préconise qu'il est important de comprendre ces avantages et respecter le bon fonctionnement des ces appareils.¹⁴⁷ Entre 1933 et 1939, un appareil photo miniature pouvait se vendre entre 3,98 \$ et 600 \$.¹⁴⁸ Parmi les appareils photo 35mm, nous retrouvons principalement le Leica, le Contax, le Robot et le Contaflex.

L'appareil photo Leica fut conçu en 1913 par Dr Oskar Barnack. Ce n'est qu'après la Première Guerre mondiale qu'il fut industriellement produit. Le Leica était considéré comme l'un des appareils photo idéaux pour la photographie candide qui mise sur la spontanéité, la discrétion et l'improvisation, car il est léger et compact. Le Leica avait une taille modeste et un déclenchement mécanique à faible bruit. C'était un appareil photo entièrement conçu en métal à l'exception de son rideau de tissu qui se déroulait

¹⁴⁵ Featherstonbaugh, D. (1939). *Press Photography with the Miniature Camera*. Boston : American Photographic Publishing Company. p.12-16.

¹⁴⁶ *Ibid.*, p.16.

¹⁴⁷ *Ibid.*, p.21.

¹⁴⁸ *Ibid.*, p.22.

à l'horizontale et qui réduisait ainsi le temps d'exposition. Il était possible aussi de remplacer les lentilles avec un grand-angle et un téléobjectif. Son procédé pour faire la mise au point était particulier : le photographe devait regarder une image dédoublée à travers un prisme et en tournant la lentille, superposer parfaitement les deux images pour n'en former qu'une seule. Cet appareil photo avait l'avantage de pouvoir être utilisé dans des situations où il y a peu de lumière, mais il était aussi possible de combiner l'appareil photo avec un flash synchronisant avec l'obturateur. Le Leica n'utilisait pas les rouleaux de film conçus par George Eastman en 1884 qui se déroulaient d'une cassette à une autre, mais une cassette qui se déroulait à un support fixe et qui au bout du rouleau, devait être rembobinée pour retourner à sa cassette initiale.

Le Leica et le Contax sont d'une construction similaire. Tous deux utilisent un télémètre, qui permet de faire la mise au point à la distance désirée, un obturateur à plan focal, un système qui permet simultanément de remonter l'obturateur et de faire avancer le film. Le Leica a une vitesse d'obturation qui varie entre 1 seconde à 1/1000 alors que le Contax est d'une demi-seconde à 1/1250 de seconde et un mécanisme pour déclencher à retardement. À partir du Contax I et II, les appareils ont un posemètre intégré. Tous deux offrent une lentille avec une focale de $f:1.5$, qui permet des prises très rapides, ainsi que la possibilité de changer de lentilles pour un objectif grand-angle ou un objectif de longue focale qui permet de s'adapter à toutes les situations possibles. Parmi les appareils qui ressemblent à la construction du Leica et le Contax, nous retrouvons l'Argus et le Midget Marvel. Ils sont dotés d'une seule lentille et leur vitesse d'obturation est plus lente, mais leur prix est plus accessible que celui du Leica et du Contax.¹⁴⁹

¹⁴⁹ *Ibid.*, p.26-27.

Quant au Robot d'Otto Berning & Co., il est muni d'un moteur à ressort qui opère le déplacement du film et l'obturateur à disque mobile. Grâce à ce mécanisme, il est possible de prendre entre 4 à 5 photos à la seconde. La dimension du négatif est de 24 mm x 24 mm en utilisant du film 35 mm. La vitesse d'obturation varie entre 1 seconde à 1/500 de seconde et la lentille standard est un Zeiss Tessar $f:2.8$. La mise au point est faite en ajustant le mécanisme sur la lentille et en précisant la distance du sujet à photographier.¹⁵⁰

Le Kodak Retina et le Dollina sont des appareils photo 35mm qui ont la caractéristique d'être pliables. Ils sont munis d'un obturateur Compur ou Compur-Rapid shutters et la vitesse d'obturation varie entre 1 seconde to 1/300 or 1/500. Ils étaient considérés comme étant moins dispendieux, toutefois ils offraient moins de possibilités quant aux lentilles. Le Zeiss Contaflex et le Kine Exakta sont deux appareils photo reflex 35 mm qui sont appréciés pour leur manipulation facile et leur mise au point rapide. Le Contaflex est un système à double lentille introduit en 1935. Il est équipé d'un obturateur à plan focal en métal et possède un posemètre intégré. Les lentilles sont interchangeable et débutent à $f:1.5$. Les vitesses d'exposition vont d'une demi-seconde à 1/1000 de seconde. Pour faciliter la mise au point, le Contaflex était doté d'une vitre dépolie qui permettait de voir une image qui était plus large que celle qui se trouverait sur le film. Le Kine Exakta est un appareil photo reflex avec une lentille unique dont l'obturateur à plan focal en tissu et sa vitesse d'exposition varie entre 6 secondes à 1/1000. Il a l'option d'un déclencheur à retardement. Les lentilles sont interchangeables et il est possible d'installer un flash qui se synchronise avec l'appareil photo.¹⁵¹

¹⁵⁰ *Ibid.*, p.27-28.

¹⁵¹ *Ibid.*, p.28-29.

Dans la catégorie des formats 6 x 6 cm, nous retrouvons le Zeiss Super Ikonta B qui est un appareil photo reflex de type pliable muni d'un télémètre. Il est équipé d'une lentille Tessar $f:2.8$, d'un obturateur Compur-Rapid avec une vitesse qui varie entre une seconde à 1/400 de seconde. Dans cette même catégorie, nous pouvons compter aussi le Rolleiflex, le Rolleicord, l'Ikoflex qui sont des appareils reflex bi-objectifs.¹⁵²

Parmi les appareils photo qui produisaient des négatifs $2\frac{1}{4} \times 3\frac{1}{4}$, les plus connus sont les Plaubel Makina, Graflex et Speed Graphic. Ils ont l'avantage de produire un négatif plus large, la plupart des modèles peuvent accueillir un flash synchronisé et ils ont des lentilles interchangeables. Le Plaubel Makina a une lentille standard de $f:2.9$ et il est possible de faire la mise au point soit par l'intermédiaire de sa vitre dépolie ou soit par son télémètre. Le Graflex et le Speed Graphic ont un obturateur à plan focal et sa vitesse varie entre 1/10 et 1/1000 de seconde. Il est aussi faisable d'ajouter un télémètre à ces deux modèles.¹⁵³

Plusieurs photographes de LIFE préféraient la compatibilité et les multiples expositions du Leica au Speed Graphic. Parmi ceux-ci, nous comptons Alfred Eisenstadt et Eugene Smith. Quant à Robert Capa et Carl Mydans, ils utilisaient le Contax, le rival de Leica. Malgré la différence de la taille du négatif entre celui du Leica et du Speed Graphic, la qualité de l'image obtenue avec le Leica était impressionnante due à la qualité de la lentille et à sa méthode unique de mise au point.

Hicks perçoit les appareils photo de petit format comme une extension du corps qui permet alors au photographe de se concentrer sur son sujet au lieu de s'attarder sur la

¹⁵² *Ibid.*, p.31-34.

¹⁵³ *Ibid.*, p.33-34.

mécanique de son appareil photo¹⁵⁴. La première instruction qu'il donna aux photographes aux services de LIFE était qu'au-delà de leur choix de l'appareil photo, l'important était d'avoir une bonne photo. Selon Hicks, pour obtenir une image, il est essentiel que le photographe comprenne l'aspect technique et mécanique de l'appareil photo, mais aussi qu'il soit capable de voir l'image mentalement¹⁵⁵. Hicks nous rappelle que la photographie, c'est « l'art de la fraction de seconde ». Le photographe tente de capter le « moment le plus significatif » où l'action atteint soit son climax du point de vue du design et du mouvement ou soit celle de l'émotion qui atteint son moment d'extase. Il peut arriver que ces deux moments coïncident comme ils peuvent survenir à des instants différents. Pour cela, le photographe doit étudier son sujet et être en mesure de prendre la photo avant même que l'action ou l'émotion atteignent leur apogée, pour allouer le temps au mécanisme de l'appareil photo de pouvoir prendre la photo. Donc le photographe anticipe le moment, active l'obturateur avant que le climax soit atteint et un instant plus tard, le film capte ce « moment le plus significatif »¹⁵⁶.

3.5 Transmission des images

Lors d'une discussion entre Henri Luce et Clare Booth en 1934, Henri Luce réfléchit à la logistique de la transmission des photographies si un événement important survenait au Japon — Luce donne l'exemple fictif du décès de l'empereur japonais — et que la maison d'édition est à New York. Clare Booth lui suggère simplement qu'il devrait engager les meilleurs photographes au Japon et signer un contrat d'exclusivité pour imprimer en premier leurs photos. Ceci ne répond pas à ce qui

¹⁵⁴ Hicks, W. (1973). *Words and Pictures*. New York : Arno Press. p.30

¹⁵⁵ *Ibid.*, p.XVII.

¹⁵⁶ *Ibid.*, p.122.

préoccupe Luce, soucieux de l'acheminement de la photo pour qu'elle soit publiée à temps. Clare Booth lui répond que si lui ne peut pas le faire, personne ne le peut¹⁵⁷. Cette préoccupation d'Henri Luce sera résolue avant que LIFE ne soit publié pour la première fois. Une technologie que nous nommons « *wirephoto* » répondra à la demande de ceux qui désiraient faciliter la transmission de photos pour les agences.

En effet, Bell Telephone Laboratories de New York développe un système de transmission d'image par ligne téléphonique qui répond aux préoccupations de Henri Luce. Le 1^{er} janvier 1935, l'Associated Press utilise pour la première fois cette invention qui lui permet de diffuser des images fraîchement développées à l'intérieur de quelques heures et de rejoindre les agences de presse rapidement. En 1936, une version portable de la machine pour envoyer les images était disponible et une version portable de la machine à recevoir sera disponible l'année suivante. Cette technologie révolutionna la manière dont l'information était transmise tout comme le télégraphe l'a fait pour la presse en 1846¹⁵⁸.

Cette machine permet d'envoyer une image 7" x 9" et de recevoir un négatif du même format. Il y a même eu une version de cette machine qui permit d'envoyer une image de 4" x 5" et, pendant la transmission, de doubler le format pour qu'un négatif de 8" x 10" soit reçu. Ces machines furent très utiles dans des situations où il était impossible d'envoyer les images ou films par avion et d'obtenir des images de lieux inaccessibles. Le procédé mécanique qui permet qu'un négatif soit obtenu par câble téléphonique est assez simple : l'image est divisée en 1/1000e de pouce qui produit de petits carrés qui sont alors convertis en impulsions électriques, transmises, reçues et converties en impulsions lumineuses qui sont alors projetées sur un film. Cependant,

¹⁵⁷ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.3.

¹⁵⁸ Vitray, L., Mills, J., Ellard, R., *Op. cit.*, p.18-19.

le faisceau lumineux qui reconvertit l'image est de 1/100e de pouce et il produit néanmoins un résultat très fidèle à l'original^{159 160}.

Cette technologie permet l'accélération de la transmission de photos d'événements majeurs. Les images du débarquement de Normandie ont été transmises et imprimées le jour même. Les lecteurs de LIFE publié le 12 juin 1944 ont eu la chance de voir ces clichés. Un lecteur de Boston écrit aux éditeurs pour partager son étonnement. Les éditeurs, à leur tour, lui répondent :

26 juin 1944

LIFE'S INVASION ISSUE

Sirs:

How do you do it?

LIFE, dated June 12 and bought Friday, June 9, contains pictures and news of the European invasion almost as up-to-date as Friday's newspapers. The editorial difficulties must have been overwhelming: the mechanical details involved, stupendous.

Frank L. Hoxie

Boston, Mass.

• LIFE went to press as usual early Morning, June 6. At 3:32 a.m. D-day, when communiqué No.1 came through, the presses were stopped. In 9 hours, 23 pages of the magazine were made over to include invasion news. Eighty percent of LIFE's readers received their June 12 issue with coverage of the early stages of the invasion. – ED.

Auparavant, lorsqu'il était difficile d'avoir des photos assez rapidement ou qu'il était impossible d'en obtenir, car il n'y avait pas de photographes présents sur les lieux de l'événement, LIFE imprimait des maquettes qui illustraient une bataille de façon réaliste. Ils utilisaient aussi des photographies des lieux de l'événement photographiés antérieurement ou des photos d'un autre événement dont on adaptait la légende pour l'article.

¹⁵⁹ Fulton, M. (1988). *Eyes of Time: Photojournalism in America*. Boston : Little Brown. p.108-114.

¹⁶⁰ Vitray, L., Mills, J., Ellard, R., *Op. cit.*, p.18-22.

3.6 L'imprimerie

R. R. Donnelley imprime dans les années 1930 les magazines *Time* et *Saturday Evening Post*. Henry Luce discute avec deux représentants de R. R. Donnelley, H. P. Zimmermann et Thomas Donnelley, de son intention de créer LIFE et de ses besoins. Ce qui était recherché était la meilleure reproduction possible des photographies, l'impression sur du papier couché de haute qualité, une vitesse d'impression capable d'atteindre une production de 500 000 à 1 million d'exemplaires par semaine, tout en gardant les coûts de production bas pour pouvoir vendre chaque exemplaire entre 5 ¢ et 10 ¢¹⁶¹.

Pour optimiser le processus d'imprimerie, Charles Stillman, un conseiller d'Henry Luce du *Time*, recommande que le papier couché soit en rouleau pour être placé par la suite sur la presse rotative, ce qui était une innovation puisque le papier couché ne se vendait qu'en feuille. Puis, il recommande que les feuilles soient mécaniquement pliées sur la presse pour accélérer le processus d'assemblage du magazine¹⁶².

Il y a eu quelques problèmes à surmonter lors des tests d'impression telle la rapidité de séchage des encres. Le dispositif n'était pas au point : le papier couché n'arrivait pas à imbiber les encres à la vitesse où l'impression se faisait et donc les encres n'arrivaient pas à sécher suffisamment ce qui causait des souillures. Pour répondre au problème, R. R. Donnelley mit au point un système de cuisson au gaz sur l'imprimante. Le processus se résume ainsi : le papier fraîchement imprimé passe rapidement à travers un four à gaz pour sécher les encres sur le papier¹⁶³.

¹⁶¹ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.23-24.

¹⁶² *Ibid.*, p.24.

¹⁶³ *Ibid.*, p.24.

3.7 Le papier

LIFE était imprimé exclusivement sur du papier couché comme la plupart des magazines de l'époque. Ce procédé est encore employé aujourd'hui. La qualité première du papier couché est qu'il est moins poreux que le papier-journal et qu'il n'absorbe pas autant d'encre. Ceci permet d'imprimer avec une trame plus fine ce qui offre une meilleure reproduction des photos en rehaussant les contrastes et les détails. L'imprimerie n'était pas à l'abri des pénuries de matières premières et notamment de papier. En 1943, *Time*, LIFE, *Fortune* et *The Architectural Forum* coopèrent avec la War Production Board à la conservation du papier. Durant l'année 1943, ces quatre publications utilisèrent 14 600 tonnes de papier de moins qu'en 1942. Puisqu'il y a moins d'exemplaires en circulation, LIFE encourage vivement le partage de la revue entre amis.

6 mars 1944

BACK COPIES FOR PRISONERS

During the past several months LIFE has received hundreds of letters from relatives of prisoners of war and from prisoners themselves, all asking that subscriptions to LIFE be kept up or that complete files of back copies be saved for their return.

LIFE's Carl and Shelley Mydans, recently returned after almost two years in Jap prison camps, emphasize the urgency of these requests.

LIFE would like to offer all returning prisoners of war who want them all the copies of LIFE they have missed. But the paper shortage and the resulting scarcity of copies makes this impossible. However, LIFE readers can help in making back issues available to returning prisoners.

You can do this in one or two ways:

1. If you have a relative or friend or neighbor now a prisoner of war, save your copies of LIFE for the day he returns.
2. If you do not know a prisoner to whom you can someday give your back copies but are willing to give them for this purpose, let us know – and let us know how far back your copies go. (Naturally, there will be no prisoner demand for copies before Dec. 8, 1941.) LIFE will act as a clearinghouse, collect the names of subscribers who have back copies and the names of prisoners who want them. As these prisoners return, we will arrange to have the copies sent, at LIFE's expense, from those who have saved them to those who want them.

– ED.

Les innovations technologiques ont permis de produire un effet d'instantanéité des événements grâce à la vitesse de transmission des images obtenues par téléfax ou par avion et à la rapidité des procédés de production et d'impression. De plus, les innovations technologiques de la photographie et l'apparition des magazines illustrés ont permis la création d'un nouveau métier : le photojournaliste — un journaliste qui recueille des informations et prépare les articles grâce à la photographie. Mettant l'emphasis sur les images plutôt que les mots, le photojournaliste contribue à la démocratisation de l'information.

La qualité supérieure d'impression combinée au grand format de LIFE contribue à un effet de réalisme qui a le potentiel de choquer émotionnellement son lecteur. Dans le prochain chapitre, nous verrons comment l'introduction de la photographie en tant que source d'information amène une nouvelle approche pour présenter les sujets d'actualité et comment l'image contribue à renchérir les éditoriaux en démultipliant les effets.

CHAPITRE IV

LES FIGURES DE RHÉTORIQUE À L'ŒUVRE DANS LES IMAGES DE LIFE

Dans le chapitre précédent, il était question des effets déterminants des matériaux et des techniques reliés à la réalisation du magazine, il sera plutôt question ici de la mise en forme des messages eux-mêmes par le biais des figures de rhétorique développées dans les photographies.

De façon générale, il ne faut pas comparer ou réduire les figures de style à une technique d'ornementation. Au contraire, c'est grâce aux figures de style que des effets pragmatiques sont produits. Les figures de rhétorique ont pour but différents objectifs : établir une complicité, frapper l'imagination, amuser, mettre en valeur, etc. Mais le but premier de la rhétorique est de persuader, c'est ce qui la définit.

En rhétorique, il y a trois genres classiques de discours qu'on appelle « éloquence » : le judiciaire, le délibératif et l'épidictique. L'éloquence a pour objectif d'instruire ou d'informer quelqu'un ou un groupe en les éclairant à propos d'une situation, de procurer une émotion à quelqu'un ou à un groupe ou de susciter un intérêt affectif et de séduire ou de plaire à une personne ou à un groupe. Selon nos intentions, nous adoptons un type de discours et selon l'effet désiré, nous employons une ou plusieurs figures de rhétorique.

Le discours judiciaire est le premier des trois grands genres de discours de la rhétorique. C'est à la base un discours qui s'engage à discuter sur la véracité et la

falsification des faits ou sur la justice et l'injustice d'une situation. Ainsi, l'argumentation et la dialectique sont les pratiques qui fondent le discours judiciaire. Nous y retrouvons des figures de rhétorique qui peuvent mettre en parallèle ou en opposition des idées et des faits ou des figures qui amplifient le sort d'une victime et les vices des injustes.

Lorsque nous examinons des éléments de preuve, nous devons considérer la nature et le nombre de délits et la disposition des victimes. La présentation de preuves, dans LIFE est visuelle, il s'agit de la vocation du photoreportage. La juxtaposition, la comparaison, la topographie et la chronographie sont des figures de rhétorique qui se prêtent à la présentation visuelle d'images à caractère documentaire. Pour que cette présentation soit efficace, la quantité de photographies et la qualité documentaire des images sont importantes à considérer. L'accumulation, la juxtaposition, la comparaison, la chronographie et la topographie sont toutes des figures appropriées pour le discours judiciaire.

Le discours délibératif se définit comme l'activité de débattre une décision en établissant les opportunités et les inconvénients, la faisabilité et les risques, les possibilités et les impossibilités tout en conseillant ce qui pourrait être utile et déconseillant le nuisible. Certains sujets de délibération sont : la protection nationale, la guerre et la paix, les lois, l'économie et le commerce. Le discours délibératif tente de déterminer ce qui est avantageux pour la collectivité pour atteindre un certain niveau de bonheur que ce soit la sécurité, la prospérité, la commodité et la jouissance ou la tranquillité.

La gloire et l'honneur sont des gratifications auxquelles aspire une nation en temps de guerre, alors qu'en temps de paix nous recherchons l'ordre et le respect, et lorsque l'économie est au cœur des préoccupations, nous voulons l'honnêteté et l'utile. La

dignité et le profit doivent nécessairement être présents dans le discours délibératif, à moins que la dérision et l'agitation fassent partie d'une stratégie de persuasion préalablement établie.

Le discours délibératif est souvent utilisé dans LIFE avant l'entrée en guerre des États-Unis lorsqu'il s'agit de discussions sur la sécurité nationale et la faible production militaire, la possibilité de participer à une Seconde Guerre mondiale et sur l'état économique de la nation après la Grande récession. L'usage du discours délibératif est présent aussi vers la fin de la Seconde Guerre mondiale lorsqu'il y a discussion sur le retrait des troupes en Europe et le destin des criminels de guerre.

Traditionnellement, le discours épideictique porte sur une personne, un groupe ou un État, une institution et parfois même des animaux ou des choses inertes telles qu'un élément géographique ou un monument. Le discours devient soit un éloge ou un blâme envers ledit sujet. Le discours peut démontrer comment le sujet est bienfaisant. C'est un portrait vertueux du sujet sur sa libéralité, sa justesse, son courage, sa générosité, sa magnanimité, sa sagesse, sa prudence ou sa douceur selon la pertinence de cette qualité pour la société. Par exemple, le soldat est souvent dépeint comme courageux en temps de guerre, le politicien comme prudent en temps de grands conflits et la nation comme généreuse envers d'autres nations qui souffrent de famine. À l'inverse, le discours peut faire ressortir les vices du sujet dans le cas du blâme : la parcimonie, la petitesse, mesquinerie, la sottise, etc. En somme, il s'agit d'un discours qui démontre si le sujet est honorable, louable et beau par ses vertus ou s'il est ignoble, répréhensible et laid par ses vices.

Le portrait se prête aussi bien au texte qu'à l'image et LIFE joue sans cesse sur les deux tableaux. LIFE jouit d'une équipe de photographes habiles à mettre en valeur les tempéraments, les qualités, les défauts et les imperfections des sujets. Les images et

les textes ont tendance à emprunter des figures d'amplification ou d'atténuation. De même, l'utilisation de l'analogie est possible pour mettre en comparaison le sujet avec des personnalités réputées vertueuses ou condamnables.

Contrairement au discours judiciaire, le discours épideictique ne se base pas nécessairement sur des faits, mais sur une démonstration d'attribut du sujet : comment celui-ci se démarque-t-il des autres et comment cet attribut le rend-il unique ou, au contraire, semblable à d'autres.

Chaque figure de rhétorique a des effets qui lui sont propres ou qu'elle partage avec d'autres. Cependant, selon le type de discours adopté, nous aurons recours à une figure de rhétorique qui se prête le mieux et au discours et aux circonstances.

Pour les fins de cette thèse, j'ai retenu seize figures de rhétorique parce qu'elles me semblaient s'appliquer parfaitement aux procédés à l'œuvre dans les photographies retenues. Ces procédés habituellement appliqués au discours s'appliquent aussi aux images comme l'ont bien démontré plusieurs auteurs dont Barthes, le Groupe μ et Durand. Les auteurs et les photographes de LIFE ont eu recours à des images qui cherchent à produire des effets persuasifs sur leurs lecteurs en vue d'influencer leur opinion face à l'effort de guerre américain.

Les figures retenues sont sommairement définies ici et elles sont associées à une photographie qui semble particulièrement bien illustrer le procédé. Parfois le texte qui accompagne la photographie dans l'article a aussi servi à articuler mon propre commentaire. J'ai retenu l'ordre alphabétique pour la présentation de ces figures parce qu'il m'a semblé que c'était le critère le plus efficace et le plus simple pour repérer rapidement un effet. Il n'y a donc aucun lien, ni avec la fréquence des occurrences d'une figure, ni avec la prévalence d'une figure sur une autre.

4.1 Accumulation

L'accumulation est une figure de style qui crée un effet d'amplification en réunissant un grand nombre d'éléments possiblement de nature semblable. Ces éléments peuvent se présenter dans un ordre précis ou désordonné. L'accumulation a pour effet de donner l'impression d'abondance, de variété, d'excès, d'exagération ou de désordre. Cette figure accentue le sujet et peut donner un rythme visuel ordonné ou saccadé à la composition.

L'article de la Figure 4.1 explique la grande demande pour le caoutchouc par l'armée américaine. La photographie représente une montagne de 48 pieds de hauteur de pneus destinés à la réutilisation pour satisfaire en caoutchouc l'armée américaine. Cet amas de pneus symbolise la quantité colossale de pneus nécessaires pour subvenir aux fins de l'armée américaine. L'article explique que le besoin annuel en caoutchouc aux États-Unis était évalué à 700 000 tonnes. Les cours à pneus domestiques représentaient une source importante de caoutchouc : on évaluait la possibilité de recycler jusqu'à 433 000 tonnes. Cependant, le citoyen américain devra également participer à la rationalisation du caoutchouc en réduisant sa consommation de pneus et adopter une saine méthode de conduite. Chaque petite économie sur la durée des pneus des véhicules domestiques permettra d'atteindre l'énorme quantité de caoutchouc nécessaire à l'effort de guerre. En fait, ici, l'accumulation sert à montrer qu'en additionnant une multitude de petites choses, on pourra arriver à triompher d'un immense ennemi qui a causé la perte de plus de 143 000 tonnes de caoutchouc à Pearl Harbor.



Figure 4.1 : « RUBBER, War in Pacific ends tire sales to U.S. civilians »
19 janvier 1942 (p.49)

4.2 Allégorie

L'allégorie est un récit qui met en relation des personnes, des créatures, des objets pour représenter une idée ou un concept de façon imagée ou concrète. Nous retrouvons l'allégorie dans de nombreux passages de l'Évangile et comme figure de base des fables de La Fontaine. Visuellement, cette figure de style a tendance à mettre en relation plusieurs éléments pour former un récit. Son objectif est de symboliser un concept immatériel en le rendant concrètement compréhensif. L'allégorie intrigue le lecteur pour l'amener à découvrir un message ou une morale. Elle est souvent utilisée pour dénoncer une situation d'abus, ce qui en fait une figure rhétorique de persuasion.

Les sauterelles de la Figure 4.2 mettent en scène une bataille imaginée par un étudiant du Texas. Armé de son appareil photo, de colle, de pâte à modeler et d'un scalpel, cet étudiant, qui était aussi un cadet militaire, entreprit ce projet photographique personnel. Les cadavres de sauterelles campées dans une mise en scène de guerre représentent bien l'idée de la menace d'une invasion étrangère. Les sauterelles représentent elles-mêmes assez facilement l'idée de fléau et d'invasion. Ici, elles sont gigantesques, donc d'autant plus effrayantes. De plus, le détail et la précision de la mise en scène ajoutent au caractère inquiétant. Le côté ludique en revanche diminue un peu l'impact, mais cette séquence d'images indique bien, allégoriquement, qu'il faut prendre la guerre au sérieux. L'article tente aussi de démontrer que la réalité horrible de la guerre est parfois un tremplin pour l'imagination de la jeunesse.



Figure 4.2 : « SPEAKING OF PICTURES, TEXAS STUDENT STAGES A GRASSHOPPERS' WAR »
31 mars 1941 (p.22-23)

4.3 Allusion

L'allusion est une figure de rhétorique qui évoque un concept, une personne, un groupe ou un événement sans les nommer formellement. Cette figure existe lorsqu'elle agit sur un sujet avec l'intention de faire percevoir autre chose sans l'exprimer concrètement. Ces deux significations unies s'enrichissent mutuellement. L'allusion fait appel aux connaissances sociales et culturelles du lecteur.



Figure 4.3 « A FINNISH TOWN HIDES IN THE WOODS DURING DAYLIGHT HOURS TO GET AWAY FROM RUSSIAN BOMBERS' DEATH RAIN »
26 février 1940 (p.24-25)

Les Finlandais, dans les images de la Figure 4.3, observent le ciel avec une expression de frayeur sur leur visage. Aucune image n'indique qu'il y a une réelle menace, mais nous sommes capables d'imaginer qu'ils scrutent le ciel afin

d'apercevoir les avions ennemis qui viennent les terroriser en plein jour. Ajoutons qu'il s'agit de photos qui mettent en scène des enfants blottis les uns contre les autres et de personnes âgées, tous des civils, indiquant ainsi que la menace semble imminente et qu'elle va s'abattre littéralement, comme un fatum, une force venant du ciel contre laquelle on ne peut rien. L'allusion, ici, se redouble d'une magnification de l'élément absent de chacune des scènes photographiques, élément qui en devient d'autant plus opprimant.

4.4 Chronographie

Il s'agit d'une figure qui joue sur la présentation d'un événement ou d'un épisode en insistant sur des repères temporels marquants et rythmants la durée dans laquelle l'événement s'inscrit. La chronographie expose les différentes étapes ou séquences de la chronologie du sujet. La Figure 4.4 présente les événements de 1914-1917 qui ont renforcé ou ébranlé la neutralité américaine, et ce qui aurait provoqué les États-Unis à s'engager activement dans la Grande Guerre. Comme dans plusieurs autres articles dans LIFE, les éditeurs se demandent si l'histoire se répétera?

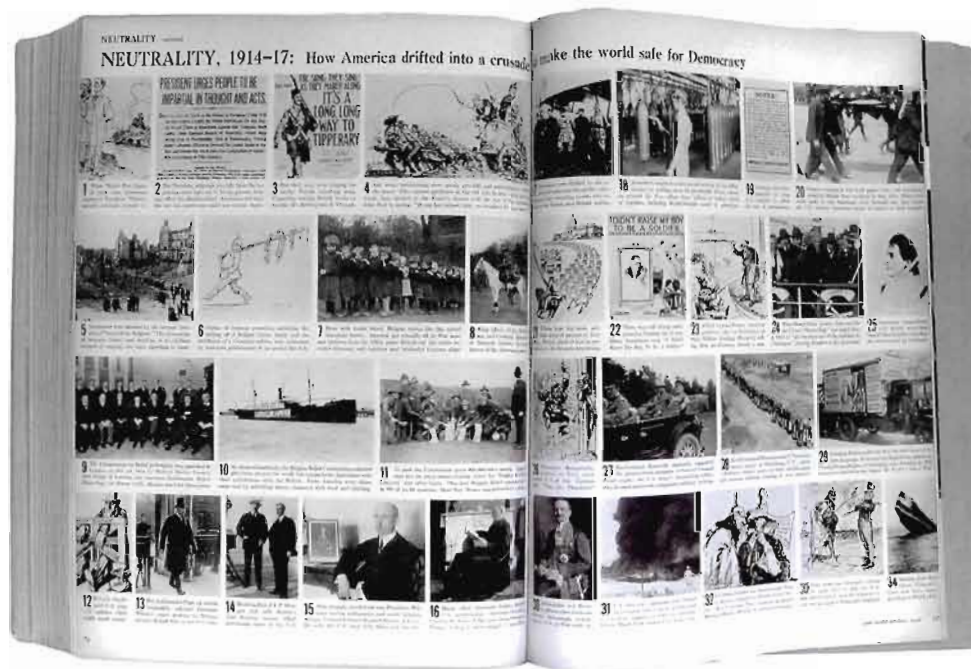


Figure 4.4 : « NEUTRALITY – NEUTRALITY, 1914-1917: How America drifted into a crusade to make the world safe for Democracy »
25 septembre 1939 (p.76-77)

4.5 Comparaison

La comparaison met en relation deux ou plusieurs sujets de même nature ou de nature différente dans une relation de similitude ou de ressemblance pour éclairer une idée. Cette mise en relation entre sujets permet d'illustrer un propos, une argumentation par analogie, de convaincre en soulignant les similitudes ou les différences entre les sujets. La comparaison peut aussi jouer sur l'imagination et l'humour du lecteur qui trouve un rapprochement ou un nouveau sens entre sujets de natures différentes.

La page de gauche de la Figure 4.5 présente un repas servi dans un restaurant de New York. En comptant les huit portions de légumes et la généreuse portion d'agneau, nous totalisons 2000 calories pour ce repas gastronomique. Quoique ce régal ne soit pas typique de ce qu'un Américain mange tous les jours, il est tout de même représentatif de l'abondance des repas américains. La page de droite présente un repas typique servi dans un restaurant à Brunswick, en Allemagne, à des ouvriers. Dans la zone occupée par les Britanniques, la consommation énergétique est limitée à 1000 calories par jour. Cette comparaison entre le faste et la pauvreté démontre comment ces deux peuples vivent après la guerre : les gagnants peuvent continuer à jouir de la vie alors que les perdants doivent subsister. Non seulement il y a une différence entre les aliments du souper, mais aussi dans la splendeur de la décoration de la table, de la coutellerie et de la présentation des aliments : les ouvriers allemands n'auront pas droit à ce luxe.



Figure 4.5 : « NEW YORK DINNER IS 2,000 CALORIES /
BRUNSWICK DINNER IS 600 CALORIES »
6 mai 1946 (p.28-29)

4.6 Ellipse

L'ellipse est l'omission volontaire d'éléments qui sont rétablis par le lecteur qui saisit les éléments manquants. Le but de l'ellipse sert soit à alléger la composition en évitant les redondances, soit à intensifier la composition en mettant en valeur le ou les éléments manquants ou restants.

L'image principale de la page de droite de la Figure 4.6 cadre la photo d'un immeuble dont la façade fut démolie. À l'intérieur, on aperçoit sur un étage, des soldats américains et sur l'étage supérieur une mère avec ses enfants. Tout indice ou référence qui pourrait nous renseigner sur la localisation de ce bâtiment est omis de cette photo. Le titre de cet article est « *FORGOTTEN FRONT* » qui se traduit en « LE FRONT OUBLIÉ ». L'emplacement énigmatique de ce lieu renforce le titre qui refuse de révéler le lieu et force le lecteur à lire la suite pour en connaître la réponse. L'article désire saluer le travail des forces alliées en Italie, une campagne militaire qui a du succès, mais qui n'a pas autant de visibilité et d'attention médiatique que les batailles en Allemagne ou dans le Pacifique.



Figure 4.6 : « FORGOTTEN FRONT, U.S. FIFTH ARMY FIGHTS A PLODDING WAR IN ITALY »
16 avril 1945 (p.78)

4.7 Énumération

L'énumération est l'énonciation d'une suite d'éléments, en les coordonnant ou pas, qui permettent d'épuiser les détails d'un sujet ou d'indiquer que le sujet est trop large pour en faire l'inventaire. L'énumération sert à préciser et détailler les aspects d'un sujet, à souligner certains éléments, à dégager des détails contrastants ou contradictoires. L'énumération peut se présenter par une simple juxtaposition d'éléments ou par une gradation significative de ces éléments.

L'image d'ensemble de la Figure 4.7 illustre ce qu'un militaire américain transporte avec lui, là où il doit affronter l'ennemi et le froid. Au centre de l'image, un soldat est entouré de ses effets personnels : vêtements, équipement d'hiver, armes, etc. L'espace qu'occupe l'équipement du soldat représente quatre fois plus de place dans l'image que le soldat lui-même. La logistique doit donc rationaliser de façon inimaginable pour faire le meilleur usage de l'espace et des ressources de portabilité surtout lorsque nous multiplions ce cas par trois millions de militaires.



Figure 4.7 : « LOGISTICS, IT IS THE SCIENCE OF SUPPLYING AN ARMY »
22 juin 1942 (p.65)

4.8 Euphémisme

L'euphémisme sert à atténuer une réalité qui risque d'offusquer, choquer, attrister ou déplaire. Il s'applique souvent à des sujets brutaux, grossiers, indécents ou violents. Son utilisation permet de rendre plus supportable un sujet délicat ou désagréable, sans se compromettre. Puisqu'il s'agit d'une figure qui déguise la réalité par crainte ou par hypocrisie, elle est à la fois respectueuse et manipulatrice.

Les blocs de granite dans la Figure 4.8 étaient destinés à la construction d'un monument en l'honneur de la victoire d'Hitler. Le gouvernement Nazi avait commandé ces blocs en 1938 en prévision d'une victoire expéditive de 1940. Cependant, les plans pour la construction du monument ont dû être suspendus en 1944. L'inutilisation de ces blocs tourne en dérision la défaite de l'armée allemande en montrant simplement que le symbole du triomphe, le monument, ne sera pas édifié. Quoique ces blocs soient colossaux et que l'effet soit monumental, ces pierres amoncelées donnent une idée de la taille du projet. Comme dans plusieurs images, la présence de plus d'une figures de rhétorique peuvent être décelées : il y a aussi un effet d'accumulation et de métaphore, suggérant pour cette dernière, les pierres tombales et pour la précédente, la masse colossale de morts.



Figure 4.8 : « The granite stones ordered for Hitler's victory monument lie unassembled in a Swedish field awaiting Hitler's victory »
15 janvier 1945 (p.22-23)

4.9 Gradation

La gradation est une figure de rhétorique qui fait appel à une énumération spécifique de termes, de preuves ou de concepts. Ceux-ci apparaissent dans un ordre croissant (du plus petit au plus grand) ou décroissant (du plus grand au plus petit). Dans le contexte de l'image, la succession de photos ou de dessins cherche à présenter une évolution d'idées, voire à créer un effet de crescendo. Les effets désirés peuvent être : de rendre saisissante l'évolution des idées, des sentiments, des opinions; d'enflammer

les sentiments du lectorat; de surprendre le lectorat par l'introduction d'un terme inattendu ou exagéré, mais logique à la fin de la séquence.

La double page ci-dessous (Figure 4.9) présente une série de photographies de deux bombardiers américains de type A-20 qui s'approchent de leur cible. Les photographies documentent leur entraînement avec une bombe rebondissante. Nous voyons, dans la première photo, les deux avions en question au loin. D'image en image, ils s'approchent de plus en plus. Dès la seconde image, nous pouvons voir la bombe larguée par l'un des deux bombardiers. Vers la sixième image, nous observons la bombe un moment avant l'impact avec le sol. Dans la septième image, le premier impact est documenté et dans la huitième et ultime photo nous observons l'explosion et la destruction de la cible. Cette gradation permet de relater ce phénomène – le vol d'un bombardier vers sa visée et son succès à détruire sa cible – en présentant une série de photos qui débute avec deux avions au loin qui ne semblent pas présenter de menace et un objet anodin en bois et qui se termine avec une photo d'une violente explosion. Une seule photo ne serait pas suffisante pour expliquer le mécanisme de ce type d'attaque. Dans cet exemple, la gradation est jumelée à la juxtaposition de photos placées en ordre chronologique.

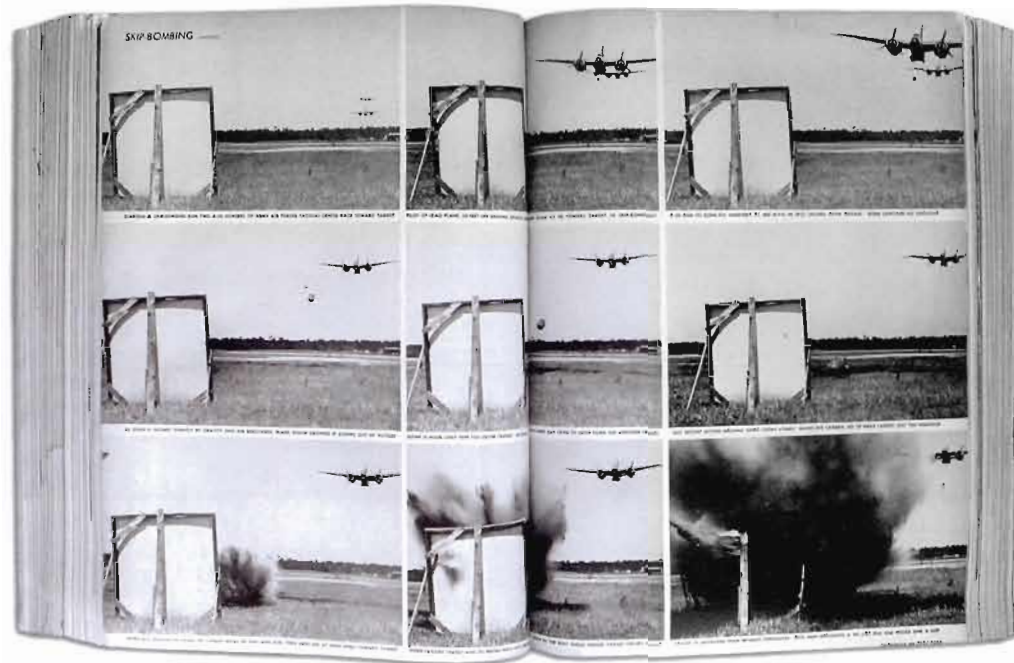


Figure 4.9 : « SKIP-BOMBING »
15 novembre 1943 (p.94-95)

4.10 Hyperbole

L'hyperbole est une figure qui intensifie une caractéristique de l'information. Cette figure se manifeste par l'exagération et l'excès. Dans un discours, l'hyperbole a tendance à renchérir la valeur véritable du sujet. L'objectif est de créer un écart entre la réalité que nous connaissons et celle que l'auteur crée, décrit, à laquelle il fait allusion. Visuellement, nous pouvons l'identifier lorsqu'il y a une exagération des proportions entre les sujets de l'image. Ses effets ont pour but d'intensifier un sentiment, de traduire la force d'une émotion, de frapper l'imagination, d'insister sur l'importance d'un fait, de souligner des défauts ou des qualités, d'insister sur la gravité d'une situation, de créer des effets de disproportion, d'introduire à un monde

fantastique, de chercher à exprimer l'inexprimable et ultimement de favoriser la persuasion.

L'exposition multiple de chaque image de la Figure 4.10 nous démontre en une seule pose le mouvement du signaleur de pilote. Ces photos proviennent du manuel de formation des signaleurs qui sont responsables de guider le pilote lors de son atterrissage sur le porte-avions. Le pilote doit faire confiance au signaleur qui juge si l'avion est bien aligné et en position pour effectuer un atterrissage sécuritaire. Cette manœuvre requiert de la précision et à la vitesse qu'arrive l'avion, les mouvements qu'effectue le signaleur pour communiquer avec le pilote doivent être clairs, rapides et sans hésitation. La précision et l'extrême attention du signaleur ne laissent rien au hasard, car tout est calculé, mesuré et codé par l'armée.

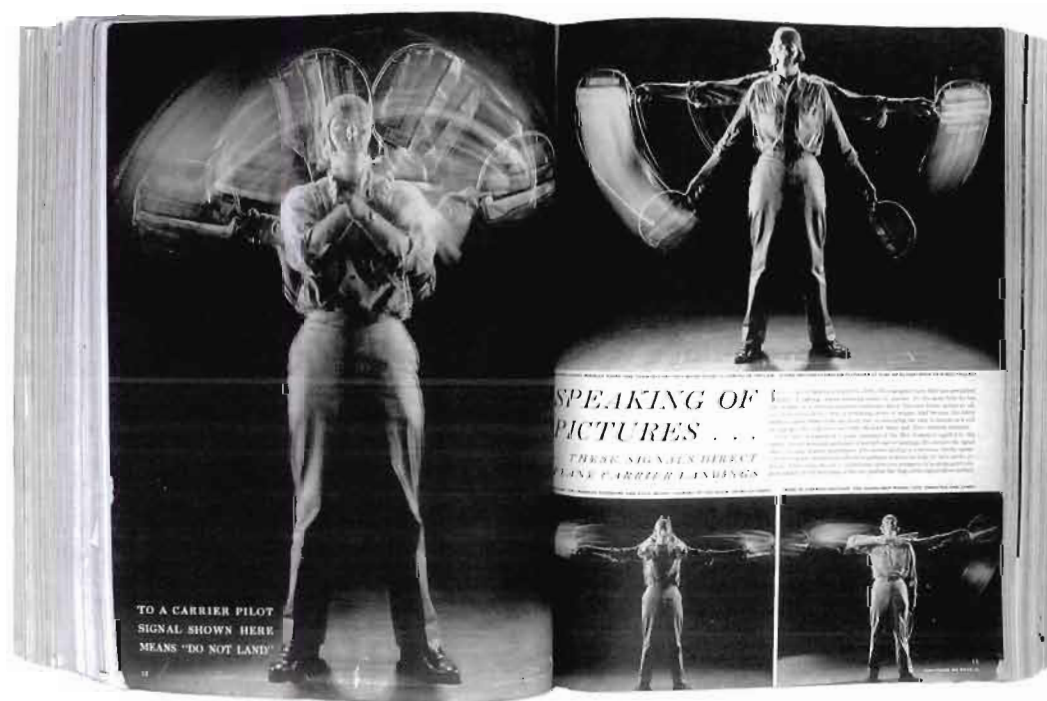


Figure 4.10 : « SPEAKING OF PICTURES... THESE SIGNALS DIRECT PLANE CARRIER LANDINGS »
30 août 1943 (p.12-13)

4.11 Ironie

L'ironie se résume à dire le contraire de ce que nous désirons exprimer. Pour être efficace, cette figure doit avoir un caractère intensif. Cette figure de rhétorique est une forme de raillerie qui a pour but de faire sourire.

La Figure 4.11 présente un soldat allemand qui se rend et se moque d'Hitler en mettant un morceau de laine sur sa lèvre supérieure pour l'imiter. Cette image n'aurait pas le même sens ni la même force si ce n'était pas un soldat allemand. Contrairement aux officiers allemands qui demeureraient arrogants au moment de leur capitulation, celui-ci semble soulagé de se rendre face aux débarquements massifs des Alliés en Bretagne. L'intouchable Hitler peut à présent être ridiculisé sans que ce soldat n'ait à craindre pour sa liberté et sa vie.

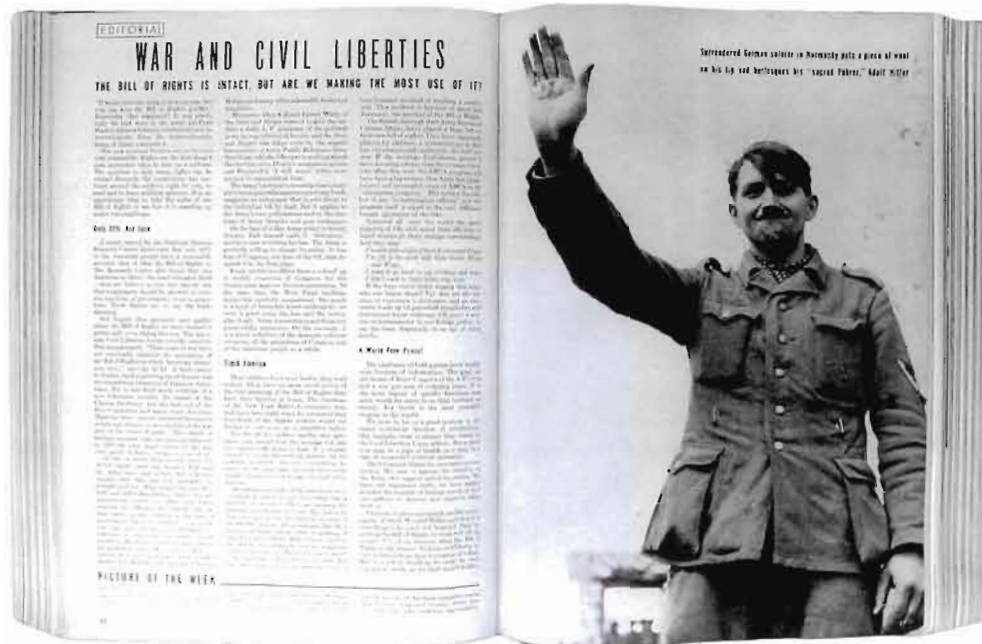


Figure 4.11 : « Surrendered German soldier in Normandy puts a piece of wool on his lips and burlesques his "sacred Führer," Adolf Hitler »
14 août 1944 (p.26-27)

4.12 Juxtaposition

La juxtaposition est un regroupement d'éléments placés côte à côte qui forment une liaison et expriment un rapport logique soit de conséquence, de cause ou d'opposition sans recours à un lien explicite. Dans un contexte de photojournalisme, Vincent Lavoie définit la juxtaposition de deux images ce qui « constitue la combinaison minimale à partir de laquelle initier un développement narratif, produire un contraste

ou suggérer un rapport de causalité.»¹⁶⁴ Il donne comme exemple deux photographies qui présente l'avant et l'après d'une situation. L'exemple suivant représente bien son propos.

La Figure 4.12 est constituée de la juxtaposition de deux images d'un même lieu : la première nous présente une usine londonienne qui a été démolie par les bombardements nazis et la seconde montre la même usine reconstruite en trois mois par une équipe gouvernementale du Ministère de la production aéronautique. Cette image de propagande anglaise nous démontre que malgré la démolition de la ville par des étrangers, les Britanniques ont les ressources, les travailleurs et la connaissance nécessaires pour reconstruire leur ville. En plus de la reconstruction de l'usine, il faut réaliser qu'il y a eu un travail colossal de nettoyage et de recyclage des débris. Cette réédification incarne aussi le moral et le pragmatisme des Anglais face aux actions dévastatrices de l'ennemi.

¹⁶⁴ Lavoie, V. (2010). *Op. cit.* p.76-77.



Figure 4.12 : « BOMBING REPAIR, How Britain bounced back from ruin of its vital war factories »
25 octobre 1943 (p.89)

4.13 Métaphore

La métaphore met en relation deux réalités qui ont une certaine ressemblance sans l'usage de terme comparatif. Cette figure sollicite notre imagination, modifie notre vision du sujet, permet une personnification ou une dépersonnification. C'est une figure très imagée qui s'adresse à notre sensibilité ainsi qu'à notre intelligence. Par sa force de produire une analogie et sa capacité à rendre intelligible un concept abstrait par l'illustration métaphorique de celui-ci, elle devient un outil de persuasion très efficace. La Figure 4.13 présente le jeu de stratégie d'origine chinoise, GO. On nous explique comment les militaires japonais sont influencés par la tactique de ce jeu dont

les règles sont simples. Tout au long des explications, on fait référence à la conquête, la défense, l'attaque et l'annihilation.



Figure 4.13 : « GO, JAPS PLAY THEIR NATIONAL GAME THE WAY THEY FIGHT THEIR WAR »
18 mai 1942 (p.92-93)

4.14 Métonymie

La métonymie remplace le sujet par un autre qui a un rapport de proximité, d'inclusion ou de similitude. Cette figure aborde le sujet en proposant une manière inattendue de le voir. Elle permet de mettre en évidence une facette du sujet en présentant un aspect important de celui-ci. Par sa force de synthétiser et d'alléger visuellement le sujet, cette figure suggestive offre une image qui sera souvent

impressionnante ou émouvante et donc facilite la persuasion en soulignant l'aspect du sujet qui doit être retenu.

Suite aux premières bombes atomiques, LIFE introduit le sujet de sa découverte (Figure 4.14). La photo d'Harold Carter qui figure au début de l'article est une superbe métonymie : de cette pierre d'uranium, les scientifiques sont capables de concevoir une bombe aux forces apocalyptiques en extrayant 1% de sa matière instable. Cette image prise hors contexte nous laisse perplexes et ce, d'autant plus lorsque nous lisons le titre : « *The Atomic Bomb* ». Il est difficile de concevoir comment ce minerai peut réduire en poussière 100 000 personnes en une seule explosion. Curieusement, les doigts qui manipulent cette pierre semblent ne prendre aucune précaution.



Figure 4.14 : « THE ATOMIC BOMB, ITS FIRST EXPLOSION OPENS A NEW ERA »
20 août 1945 (p.87b)

4.15 Répétition

La répétition est la reprise d'un élément pour amplifier le sujet. Cette figure peut traduire l'instance et l'obsession du sujet. Elle peut aussi produire un rythme, un écho ou un ordre. Elle provoque un sentiment de discipline, de masse et d'unité.

L'article « *New German Army* » donne un aperçu de la machine de guerre allemande : des rangées de soldats, de chars d'assaut et d'automobiles tout-terrain (Figure 4.15). Le texte qui accompagne les photographies explique que la grandeur de l'armée allemande est impressionnante : avec une flotte de 6000 avions qui égale celles de l'Angleterre, la France et la Pologne réunies. Au moment où l'article a été publié – le 4 septembre 1939 – on explique que l'Allemagne n'a pas mis à l'épreuve sa nouvelle armée, mais qu'il ne faut pas s'attendre à bien longtemps avant que celle-ci ne se mobilise. Cet article désire démontrer que l'Allemagne est armée jusqu'aux dents et la présentation d'images qui utilisent la répétition comme figure de rhétorique supporte bien leur argument. Sur la page de gauche, on remarque dans les deux images au bas de la colonne de droite des blindés dans un et des militaires dans l'autre qui ont, tous deux, la même perspective : les sujets sont répétés vers un point de fuite au centre de l'image. Cet effet suggère que les éléments sont nombreux, pratiquement à l'infini, car il est impossible d'en voir la fin. La répétition, qui est présente aussi dans la photo des soldats en rangée au haut de la page de gauche et celle de la parade de la page de droite, inspire l'ordre et la discipline.



Figure 4.15 : « NEW GERMAN ARMY »
4 septembre 1939 (p.20-21)

4.16 Topographie

Il s'agit de décrire le lieu physique de l'image, le paysage, la géographie, ce qui nous permet de situer l'événement. Selon les intentions de l'auteur de l'image, la topographie dans le contexte de l'image de guerre servira soit à mettre en contexte un événement pour faire ressentir l'ambiance des lieux, soit susciter un sentiment de désarroi pour un lieu dévasté et de sympathie pour ses citoyens vivants ou morts, soit prouver la réussite d'une mission et des exploits accomplis par l'armée. La Figure 4.16 présente une mise en page d'une série de photos en juxtaposition qui inclut des prises d'ensemble et des détails de la ville de Canton en Chine, à la suite d'un bombardement japonais. Nous pouvons constater les dégâts de la ville ravagée par les

bombardements et les morts causées par cette attaque. Cette image de propagande a pour but de démontrer le résultat des attaques ennemies et de susciter une sympathie pour les victimes.

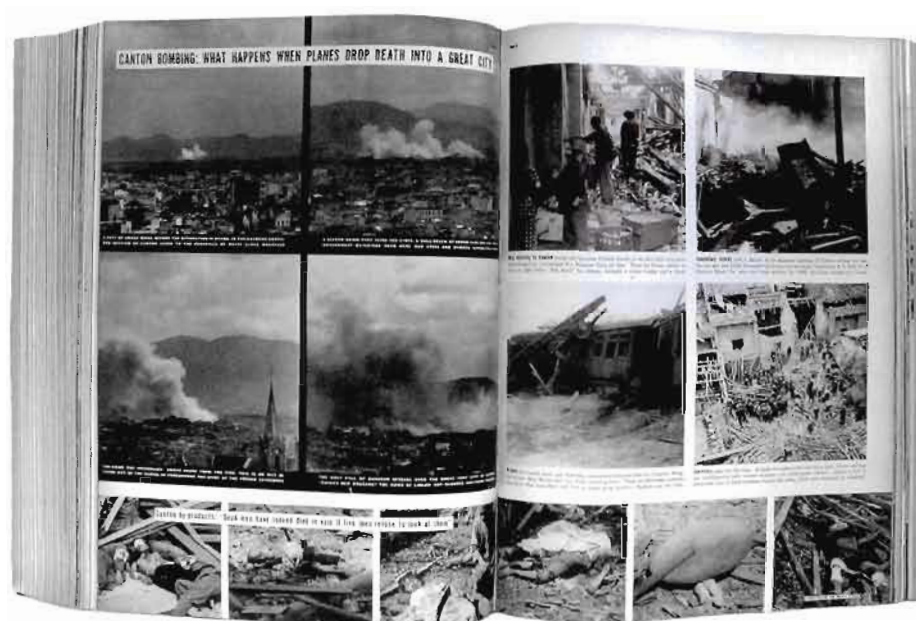


Figure 4.16 « CANTON BOMBING: WHAT HAPPENS WHEN PLANES DROP DEATH INTO A GREAT CITY »
20 juin 1938 (p.10-11)

Les figures de rhétorique permettent de démultiplier les effets sur le public en vue d'un message de persuasion efficace. LIFE construit ses messages pour la mobilisation de la guerre en appliquant la rhétorique à ses images pour garder ses lecteurs sur la corde raide : LIFE veut convaincre ses lecteurs que l'ennemi est présent et dangereux, mais pas trop menaçant pour ne pas trop décourager ses lecteurs. Dans le prochain chapitre, nous verrons comment LIFE utilise les figures de rhétorique et comment il nuance ou amplifie les effets de ses discours à travers les différentes périodes : avant et après le déclenchement de la Seconde Guerre mondiale, après

l'attaque contre Pearl Harbor, après l'invasion de la Normandie et après la chute de l'Allemagne jusqu'à la fin de la Seconde Guerre mondiale avec la défaite du Japon.

CHAPITRE V

L'ÉVOLUTION DES IMAGES DE GUERRE DE LIFE

LIFE était témoin des événements qui ont entraîné le monde et les États-Unis dans ce nouveau conflit armé. Contrairement à la croyance populaire qui considérait que le journalisme devait être une autorité impartiale, Henry Luce ne croyait pas en l'objectivité journalistique. Bien qu'il la crût souhaitable, il la jugeait impossible à atteindre. Cet homme d'opinion critiqua l'état pitoyable de l'armée américaine avant son entrée en guerre, il se moqua des chefs d'État pour leur manque de rigidité, il applaudit la bravoure des soldats alliés et il dénonça la lâcheté et la barbarie de l'ennemi. Ces quelques thématiques occupent une place importante dans les écrits et les images publiés dans LIFE à cette époque.

Lorsque T. S. Matthews, un associé chez Time Inc., demanda à Luce « *Under what condition would you consider using TIME as a political weapon?* », Luce lui répondit « *If I thought the Republic was in danger.* »¹⁶⁵ W. A. Swanberg, biographe de Luce, repère trois niveaux de propagande communicationnelle dans *Time* qui s'appliquent autant à LIFE : 1) il y avait rarement une opinion honnête donnée avec une nouvelle honnête, 2) il y avait des opinions savamment déguisées derrière les faits d'une nouvelle qui en soi était véridique, et 3) il y avait la distorsion d'une nouvelle par l'exagération, la sélection ou la suppression¹⁶⁶. À propos de cette dernière stratégie,

¹⁶⁵ Swanberg, W. A. (1972). *Luce and His Empire*. New York : Charles Scribner's sons. p.165.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p.166.

dans le cas d'un discours politique, il était question de mettre l'emphasis sur les passages douteux ou nébuleux et d'ignorer les passages inspirants et constructifs.

5.1 Novembre 1936 – Août 1939

Les États-Unis sont spectateurs des changements politiques internationaux grâce à LIFE. Le fascisme gagne de la popularité en Europe. L'Italie et l'Allemagne viennent en aide à Franco qui espère voir l'Espagne devenir fasciste à son tour. Les États-Unis, quant à eux, ne sont pas à l'abri de ce mouvement politique. Des groupes sympathisants fascistes existaient indéniablement aux États-Unis, dont l'America First Committee qui comptait parmi ses membres importants Charles Lindbergh, Henry Ford, Thomas McCarter et Robert Wood. Luce était un admirateur de Mussolini et ne se gênait pas d'afficher publiquement son dégoût pour Staline et le communisme¹⁶⁷. En 1923, *Time* décrivit Mussolini comme un politicien courageux, brillant et audacieux. Luce n'était pas aussi chaleureux avec Hitler, car ce dernier était trop controversé, mais sa position anticomuniste lui évita des critiques trop sévères.

La présence de la guerre dans LIFE est constante et elle est toujours à l'étranger, loin des États-Unis. Mais par sa présence dans un magazine américain, la réalité de la guerre est bien réelle et elle est menaçante de la publication d'images et d'articles. La majorité de ces images ont une fonction factuelle et une qualité authentique. Ces images nous convainquent que la guerre est bien réelle et qu'elle est toujours bien présente malgré les horreurs récentes de la Grande Guerre. Cependant, ce qui distingue les images de guerre de cette époque et celles de la Grande Guerre, c'est

¹⁶⁷ *Ibid.*, p.75-78.

que ces images des guerres actuelles sont exhibées et arrivent pratiquement à chaque semaine.

La faiblesse militaire des États-Unis ne passe pas sous silence. Les États-Unis n'ont pas voulu se conformer à leur engagement du Traité de Versailles et se trouvent donc dans une situation militaire faible en comparaison à d'autres pays tels l'Angleterre et la France.

L'utilisation de la juxtaposition d'images documentaires d'événements politiques ou d'activités militaires domine les pages de LIFE. Une importance est accordée à présenter les enjeux mondiaux par l'image documentaire. Ce type d'image sert principalement à valider la véracité des événements. La comparaison est aussi fortement utilisée dans les éditoriaux lorsque l'auteur veut illustrer les qualités d'une personne. Dans ces cas, les images dominent le texte et laissent place à la lecture des images par le lecteur qui à son tour fait les comparaisons. Autrement, les images glorifiantes de l'Allemagne sont très populaires. La propagande nazie ne se limite pas à son propre pays. Elle est en mode séduction pour le monde entier. Une image qui sera appelée à changer avec le temps.

5.1.1 Hitler, le nazisme et la Wehrmacht

Hitler est une figure importante dans LIFE pendant cette période. C'est un personnage politique à la fois caricatural et respectable. Son portrait se dessine, mais demeure énigmatique. Le discours épideictique est très récurrent dans LIFE lorsqu'il s'agit d'Hitler, le nazisme et l'Allemagne. Le discours judiciaire quant à lui est présent, sans être aussi remarquable : les images de propagande qui proviennent de l'Allemagne sont contrôlées et filtrées, esthétiquement impressionnantes et édifiantes.



Figure 5.1.1.1 « BIOGRAPHY OF A DICTATOR: ADOLF HITLER...
from his birth in 1889 to his deification in 1933 »
7 décembre 1936 (p.24-25)

À l'inverse de la Grande Guerre, la Seconde Guerre mondiale a été essentiellement le projet d'un seul homme : Adolf Hitler.¹⁶⁸ L'article *Biographie d'un Dictateur : Adolf Hitler* est publié dans LIFE en décembre 1936 et elle est une image charnière pour cette période (Figure 5.1.1.1). C'est une image importante dans le cadre de cette thèse. Elle réunit des figures de rhétorique majeures (la juxtaposition, la chronographie et la gradation) et rassemble plusieurs photos pour former l'histoire percutante d'un homme qui va changer le monde.

¹⁶⁸ Leier, M. (Ed). (1999). *Notre siècle en images*. New York : Éditions Solar. p.142.

Cette première version de la biographie d'Hitler débute avec sa naissance et se termine avec sa déification en 1933 en survolant quelques moments clés, dont son incarcération, les élections et l'incendie du Reichstag. LIFE va reprendre ce sujet le 19 août 1940 et renouveler cette chronographie avec de nouvelles photos et de nouveaux événements. Cette nouvelle version s'étalera sur six pages.

C'est un discours épidictique sur le dictateur allemand qui nous présente diverses photos racontant sa vie : son lieu de naissance, son père et sa mère, Hitler enfant et à l'école, en jeune adulte en tant que caporal, après la Grande Guerre et lors de son implication politique, la révolte nazie de 1923, au tribunal pour son jugement de trahison nationale, en prison où il a écrit *Mein Kampf*, son retour sur la scène politique et son recrutement pour une escouade privée de *strumtruppen*, à l'un de ses multiples discours publics, sa première grande victoire politique et son entrée au Reichstag, son rejet suivi de son acceptation en tant que Chancelier le 30 janvier 1933, le mystérieux incendie du Reichstag et, à la suite du décès du président von Hindenburg, son ascension à la présidence de l'État tout en conservant son titre de chancelier qui lui vaudra le titre de dictateur. Peu après, il s'autoproclame Der Führer, le chef ou le guide.

Les images de ces diverses périodes proviennent de différentes sources – les agences Acme, Blackstar, European, International, Keystone, Pictures Inc., Scall-Pix, Wide World – et à différentes périodes. Nous retrouvons des documents photographiques anciens – ceux des parents d'Adolf Hitler et de lui-même lorsqu'il était enfant – dans lesquels les sujets étaient cadrés pour les isoler. Par la suite nous examinons des photographies documentaires où l'on privilégie le cadrage d'ensemble. Ces documents d'archives donnent un sentiment d'authenticité et sont marqués dans le temps ce qui amplifie l'effet de véracité de l'article.

Cette juxtaposition de photos permet de créer une histoire, de dessiner le portrait de cet individu qui commence à fasciner le monde entier. Cependant, à cause de l'ordre dans lequel les images sont placées, une autre figure de style nous est dévoilée : la chronographie.

Dans cet exemple, la chronographie présente la vie d'Adolf Hitler. C'est une formule qui sera répétée par la suite pour d'autres politiciens et d'autres événements historiques : Winston Churchill, l'entrée en guerre des États-Unis, lors de la Grande Guerre, etc. Cette manière de présenter les événements offre au lecteur une synthèse historique en images de l'individu ou de l'événement sur une double page. C'est une formule qui peut contribuer au développement de la mémoire collective et à une meilleure compréhension du sujet. La chronographie joue un rôle pédagogique et contribue aussi à la popularisation d'Hitler en l'humanisant avec ses photos de jeunesse et en démontrant qu'il était une personne acclamée en Allemagne.

Les événements qui nous sont présentés en ordre chronologique sont aussi placés en un ordre qui place des photos d'archive – sa naissance, sa jeunesse, son éducation – en juxtaposition à des photos documentaires d'événements de plus en plus importants et menaçants – responsable d'un putsch, condamné et emprisonné, impliqué politiquement, élu au gouvernement, nommé chancelier, choisi pour prendre la relève à la présidence et finalement acclamé dictateur de la nation allemande. Nous sommes en présence d'une gradation d'événements qui aboutit au crescendo du pouvoir d'Hitler. L'authenticité des photographies – elles nous proviennent de sources fiables et elles documentent des événements historiques – jumelée à une progression marquée dans le temps, amplifie le sentiment de danger que représente Hitler. En même temps, LIFE nous présente Hitler, un être grotesque, fragile, menacé : est-ce un homme à surveiller?

Parmi les photos présentées, nous retrouvons une photo provocatrice qui a frappé l'imagination des lecteurs : la quatrième image. Elle a été publiée originalement par le Chicago Tribune et a été publiée à nouveau en 1938 dans LIFE. En fait, cette photo est celle du fils d'une Américaine¹⁶⁹. LIFE a choisi d'insérer cette photo sachant qu'il s'agissait d'un faux. Le magazine intitule d'ailleurs cette photo FALSE. Ce qui amène à considérer l'ensemble de la biographie présentée comme une succession d'événements construits, mélangeant le vrai et le faux, l'authentique et la supercherie, le valeureux et l'imposteur. La succession des titres des photos, jouant sur une autre figure de rhétorique, l'opposition, est d'ailleurs révélatrice ici : l'histoire d'Hitler s'écrit avec les mots suivants : BIRTHPLACE, MOTHER, FATHER, FALSE, GENUINE, SCHOOL, CORPORAL, NAZI, TYRO, SHRINE, TREASON, PRISONER, ARMY, WORDS, JEW, RIDICULE, REJECTED, ACCEPTED, FIRE, HELL! qui mettent l'accent sur le manque de cohérence et de crédibilité du personnage ou mieux encore, sur sa propension au désordre, à l'illégalité et aux actions douteuses et troubles.

En bordure de la page, en bas à droite, nous pouvons remarquer une photo découpée qui agit comme un ornement dans la mise en page : deux hommes tiennent chacun un étendard. Leur tenue vestimentaire et les drapeaux sont ornés de représentations nazies et allemandes. Cette esthétique aux attributs impériaux n'est pas une chose familière à la population américaine. Cette image, hors cadre, est un reflet de la folie

¹⁶⁹

2 mai 1939

Fake Baby Adolf

Sirs:

The dreadful monstrosity is the March 28 issue of Life page 12, captioned "Fake Baby Adolf" (left, below), is the distorted images of one of my sons, John May Warren.

I have no idea where the Chicago Tribune got the film, but I am enclosing the original and another (right, below), taken in Westport, Conn., about the same time.

[...] Harriet M. W. Down, Lakewood, Ohio

des grandeurs d'Hitler et il est lui-même la première victime de cette folie des grandeurs, toute sa carrière semblant destinée à recevoir des honneurs. Cette image exerce d'ailleurs une fonction très importante dans ce contexte : elle crée un effet de distanciation, elle semble ponctuer la fin de la succession des images, d'autant que les deux soldats se dirigent vers la gauche mettant fin à la chronologie. L'effet aurait été bien différent si leur mouvement avait été orienté vers la droite, vers l'avenir. Le lecteur peut être rassuré, ces étendards semblent appartenir au passé, à une histoire étrangère. Ils semblent aussi tournés vers Hitler comme si toute son histoire ne le conduisait qu'à se mirer dans des symboles d'empire appartenant au passé. Cette image vient neutraliser l'effet d'inquiétude qu'inspirait la progression d'Hitler et amène le lecteur à un certain détachement : à ce stade-ci il ne représente pas une menace réelle pour les États-Unis.

L'objectif de cet article visait à faire le point quant au questionnement sur Hitler en le présentant à travers les événements qui ont marqué sa vie jusqu'à ce jour. Nous pouvons en conclure que cet article ne présentait pas Hitler comme une menace imminente, mais plutôt comme une personne au parcours semé de réussites et d'épisodes louches, voire ridicules, qui a la folie des grandeurs et qu'il faut surveiller de loin.



Figure 5.1.1.2 « THE CAMERA OVERSEAS: NAZI GERMANY PUTS ON ITS GREATEST SHOW EVERY YEAR AT NÜRNBERG »
27 septembre 1937 (p.98-99)

L'article et les images de l'article « *The Camera Overseas* » du 27 septembre 1937 glorifient le nazisme (Figure 5.1.1.2). Le texte mentionne les projets que le gouvernement nazi a l'intention de réaliser : développer et améliorer le système routier en Allemagne, canaliser les marais et nettoyer les terres abandonnées. Les images proviennent de l'Associated Press et Pictures Inc. à l'occasion d'un rassemblement annuel nazi à Nuremberg, quoique ces images proviennent du 8 septembre 1936 et non de 1937. La répétition des drapeaux, des lumières et de la marche synchronisée des militants amplifient le sentiment d'ordre, de puissance et de gloire. Ce discours juridique veut nous démontrer que le nazisme est une doctrine où l'ordre règne et la reconstruction du pays est sur la bonne voie.

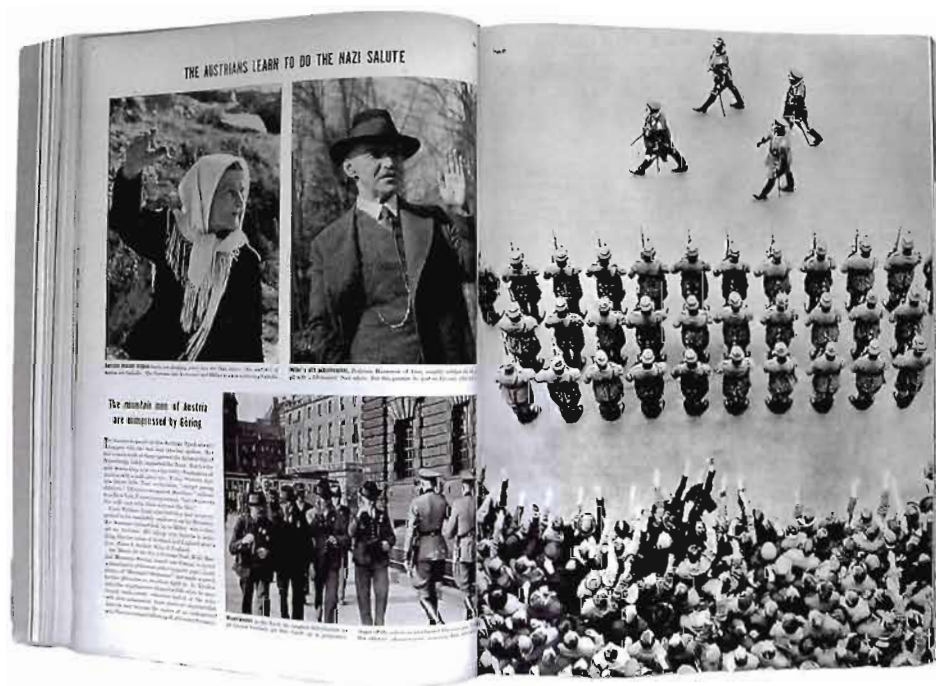


Figure 5.1.1.3 « THE AUSTRIANS LEARN TO DO THE NAZI SALUTE »
18 avril 1938 (p.26-27)

La grande image sur la page de droite de l'article « *The Austrians Learn to do the Nazi Salute* » (Figure 5.1.1.3) est impressionnante non seulement pour sa qualité esthétique, son angle et sa composition, mais aussi pour l'histoire qu'elle nous offre : un mur de soldats allemands retient une foule d'Autrichiens sans contact physique ou oculaire – une démonstration de force suprême. Cette image illustre la frénésie des Autrichiens par la combinaison de figures de rhétorique : la gradation de la quantité d'intervenants et la comparaison entre le chaos de la foule vis-à-vis l'ordre militaire. Cette image de propagande illustre le pouvoir magnétique du nazisme auprès des Autrichiens. Cette image de l'Associated Press n'est pas une image reconnue comme

une des images mémorables de LIFE, mais lorsque nous la revisitons, elle n'en demeure pas moins impressionnante.

5.1.2 Guerre civile espagnole et le début de la guerre dans LIFE

La guerre civile espagnole a été la première guerre médiatisée par LIFE ainsi que le premier conflit photographié par Robert Capa, ce qui lui a permis d'établir sa notoriété et son renom pour des images sur le champ de bataille, proche de l'action.

En général, les images de Capa s'inscrivent dans une approche documentaire et factuelle. Bien que leur objectif premier soit de documenter, elles sont aussi un outil de propagande internationale important pour les deux partis, même si les images qui encouragent la cause des loyalistes soient plus présentes, surtout grâce aux rebelles.

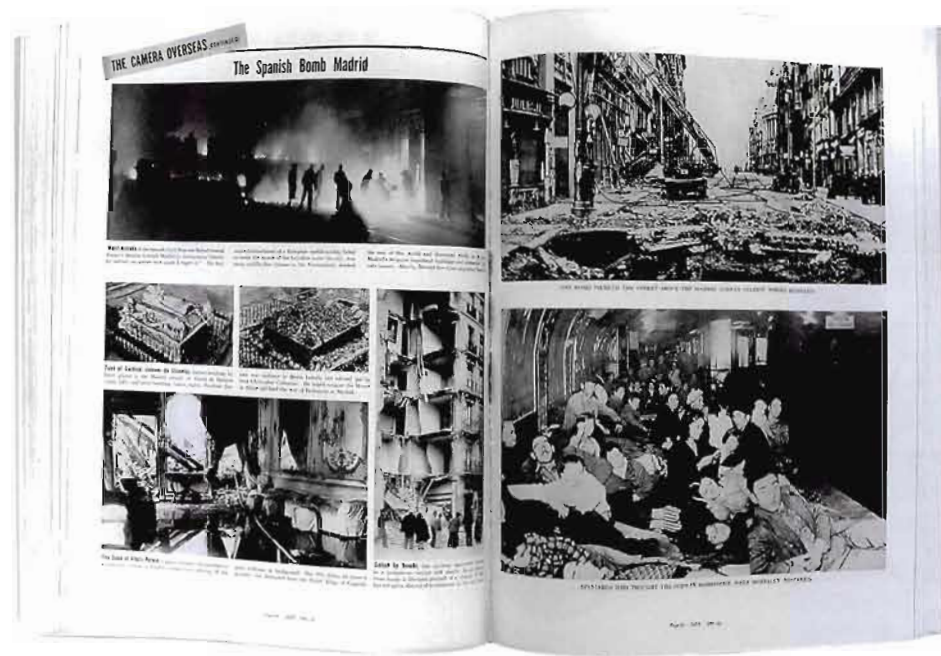


Figure 5.1.2.1 « THE CAMERA OVERSEAS... The Spanish Bomb Madrid »
21 décembre 1936 (p.56-57)

Le 21 décembre 1936, LIFE publie des images (Acme, Associated Press, Pictures Inc.) de la ville de Madrid et de ses citoyens victimes des bombardements commandés par le général Franco (Figure 5.1.2.1). Ces juxtapositions d'images démontrent le dommage causé par les bombardements, le désert urbain et les Madrilènes sains et saufs. La propagande de guerre débute avec la guerre civile d'Espagne et le ton est immédiatement donné : le fascisme est destructeur et la présentation visuelle de preuves le démontre.

Le 25 octobre 1937, LIFE publie une double-page sur la guerre civile en Espagne intitulée *These are Propaganda Pictures from the Spanish Loyalists / These are Propaganda Pictures from the Spanish Rebels* (Figure 5.1.2.2) qui met en parallèle des images de propagande des deux rivaux : les loyalistes et les rebelles. La page de gauche présente des images destinées à provoquer la sympathie pour les loyalistes et la haine des rebelles, alors que la page de droite présente des images pour encourager le dégoût des loyalistes et l'admiration pour les rebelles. Ces images, qui proviennent de l'Associated Press, International, Pictures Inc. et World Wide, sont véritables, mais les citations qui les accompagnent sont souvent truffées de mensonges comme le mentionne le texte de LIFE. L'auteur de ce texte explique que l'objectif de la

Le 25 octobre 1937, LIFE publie une double-page sur la guerre civile en Espagne intitulée *These are Propaganda Pictures from the Spanish Loyalists / These are Propaganda Pictures from the Spanish Rebels* (Figure 5.1.2.2) qui met en parallèle des images de propagande des deux rivaux : les loyalistes et les rebelles. La page de gauche présente des images destinées à provoquer la sympathie pour les loyalistes et la haine des rebelles, alors que la page de droite présente des images pour encourager le dégoût des loyalistes et l'admiration pour les rebelles. Ces images, qui proviennent de l'Associated Press, International, Pictures Inc. et World Wide, sont véritables, mais les citations qui les accompagnent sont souvent truffées de mensonges comme le mentionne le texte de LIFE. L'auteur de ce texte explique que l'objectif de la

propagande est de provoquer une impression calculée, peu importe les moyens nécessaires : « si l'homme est assez cinglé pour se battre, il est assez cinglé pour mentir. » Au-delà des mensonges, il y a les statistiques : 110 000 loyalistes et 250 000 rebelles meurent au combat, pratiquement 900 000 décès dus à cette guerre civile lorsque nous incluons les morts civiles. Cette comparaison d'images de propagande, présentée de façon neutre et égale en proportion d'espace occupé sur les deux pages, appuie les propos de l'auteur : la guerre civile espagnole a été la guerre la plus répugnante de l'histoire moderne entreprise par les deux factions.

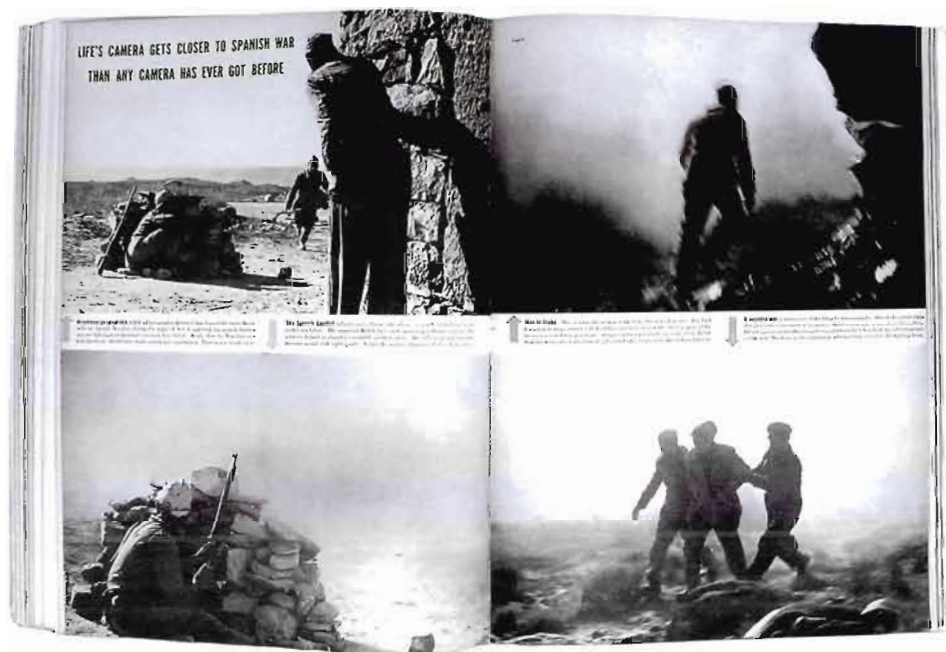


Figure 5.1.2.3 « LIFE'S CAMERA GETS CLOSER TO SPANISH WAR
THAN ANY CAMERA HAS EVER GOT BEFORE »
12 décembre 1938 (p.28-29)

Le 6 novembre 1938, Robert Capa s'aventure avec les loyalistes au front de la rivière Sègre et devient le photographe qui a été le plus près du combat pendant la guerre d'Espagne. Capa a voulu faire ressentir l'atmosphère du combat. La juxtaposition des images, son caractère documentaire et sa qualité parfois floue, offrent aux lecteurs un sentiment d'urgence, d'isolement et de présence à la scène (Figure 5.1.2.3).

5.1.3 Roosevelt et l'armée américaine

Le président Roosevelt et l'armée américaine sont deux entités qui sont hautement critiquées pendant cette période par LIFE. Cette critique se fait par texte, mais aussi par images. Le cadet et le militaire américains quant à eux reçoivent toujours des éloges et sont photographiés de façon respectable.

Les photoreportages sont souvent entrepris par les photographes de LIFE. Quoique ces images aient une valeur documentaire, elles ont très souvent une qualité narrative qui appuie les propos des textes et des arguments des éditeurs.



Figure 5.1.3.1 « SPEAKING OF DICTATORS..... here are some comical resemblances »
18 avril 1938 (p.16-17)

Luce n'était pas un partisan de Roosevelt; il n'adhérait pas à la politique libérale de Roosevelt ni à son New Deal. Il ne ratait pas une occasion de dépeindre le Président comme un incompetent, un ivrogne ou un dictateur... Ce jeu de comparaison par la juxtaposition d'images où l'on voit le président américain dans les mêmes mises en situation ou positions que Hitler, Mussolini et Staline (Figure 5.1.3.1) suggère que le président démocrate a les mêmes manies que les chefs totalitaires. Ce discours de type délibératif est principalement construit avec les images. Le texte atténue l'effet en précisant qu'il s'agit d'un exercice comique, mais une mise en garde est offerte : ce n'est pas nécessairement le politicien qui aspire à devenir un dictateur, mais c'est

plutôt le peuple désespéré qui a perdu confiance en ses dirigeants politiques et économiques.



Figure 5.1.3.2 « REARMAMENT, U.S. IS WEAK IN ARMS AND INDUSTRY IS UNPREPARED »
19 décembre 1938 (p.44-45)

« *Rearmament* » (Figure 5.1.3.2) est un article qui attaque la capacité des États-Unis à pouvoir se défendre. Il critique la petite taille de son armée matériellement pauvre. Jusqu'en 1937, les Américains se fiaient sur la Grande-Bretagne pour faire la police et sécuriser les eaux internationales. Avec les discussions à Munich, le 29 septembre, entre la Grande-Bretagne et l'Allemagne, la situation a changé : le gouvernement américain réalise qu'il doit commencer à investir dans sa protection nationale, surtout dans le Pacifique, car nul autre pays ne pourrait le faire à sa place. Les photos de Peter Stackpole et W. M. Vandivert, deux photographes de LIFE, servent à titre

d'illustration pour mettre le sujet en contexte. L'image de gauche est particulièrement intéressante : la photographie est prise dans un bombardier au-dessus de la ville de New York. Le bombardier vole en toute quiétude... Est-ce qu'un avion ennemi volerait aussi calmement au-dessus de la ville? C'est une allusion inquiétante qui amplifie le sujet de l'article. Sous l'image de la page de droite, on explique que les États-Unis n'ont que 8000 rifles à leur disposition, comme celle présentée dans l'image, pour plus de 400 000 militaires et que la production est limitée à 5000 par année, ce qui est ridiculement insuffisant pour les besoins de l'armée.

5.1.4 Le fascisme en Amérique

Le fascisme est présent non seulement en Europe, mais aussi en Amérique. Les États-Unis ne sont pas à l'abri de ce mouvement politique. Avec la peur du communisme, le fascisme se présente comme une solution potentielle pour certains Américains : un mouvement politique qui unit les valeurs ultraconservatrices et qui a le potentiel d'unir une nation. Cependant, la grande majorité des Américains ne sont pas séduits par cette politique extrémiste et ils adorent la ridiculiser. Quoiqu'il n'y ait pas une quantité très importante d'articles et d'images sur cette opinion pendant cette période, il n'en demeure pas moins que le sujet est présent.

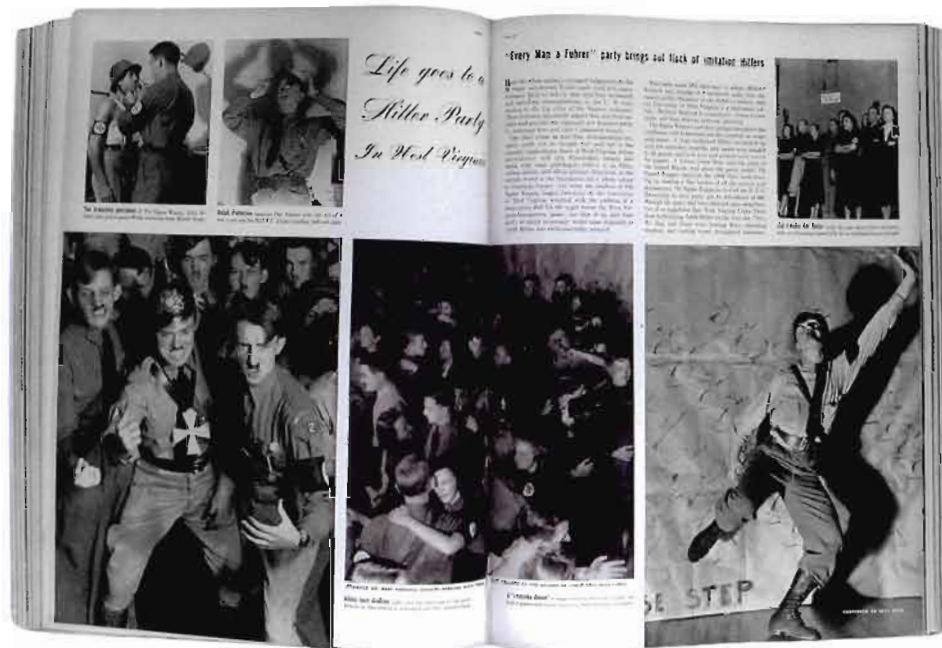


Figure 5.1.4.1 « LIFE goes to a Hitler Party In West Virginia »
5 décembre 1938 (p.86-87)

« *LIFE goes to a Hitler Party in West Virginia* » (Figure 5.1.4.1) est un titre curieux et inusité. À quelques reprises, LIFE rapporte des grands galas et fêtes, mais celle-ci est originale en soi. Cette fête était organisée par le Phi Sigma Kappa de l'université de West Virginia, loin des grandes villes américaines. L'article veut démontrer que le sentiment antinazi n'était pas limité aux grandes villes américaines et aux rassemblements organisés et payés par les Juifs, comme le prétendent les sympathisants nazis. Les étudiants incarnent Hitler pour mieux le ridiculiser en adoptant sa moustache et en enfilant les chemises et ceintures de l'armée américaine. Un lecteur de LIFE résume le bienfait que cet article peut entraîner :

23 décembre 1938
Heil Schieklgruber

Sirs:

Congratulations on choosing the "Hitler" Party at West Virginia University! Perhaps you have planted a seed. It seems to me that the only weapon that can reach Hitler is ridicule. "Heils" are his bread of life. But if he only knew how very ridiculous he appears to us in America, with all his razzle-dazzle and Donald-Ducking – even his goose-steppers might become self-conscious. And after all, his father's name was Schieklgruber (which doesn't take a heil).

A. O. White
Ontario, Calif.

L'ironie de l'événement, comme le mentionne l'article, c'est que pendant que les étudiants se moquent des nazis, ces derniers terrorisent réellement les Juifs en Allemagne.

5.1.5 La guerre sino-japonaise : débuts des horreurs de la guerre

La guerre d'Espagne (1936-1939) a été la première guerre de LIFE. La guerre sino-japonaise (1937-1945) a été une guerre sanglante, aux images répugnantes et qui offrent un avant-goût du style de reportage photojournalistique de la Seconde Guerre mondiale. Cette guerre a suscité beaucoup d'intérêt et de réaction de la part des lecteurs : LIFE voulait montrer la réalité de la guerre crûment et sans arrogance.



Figure 5.1.5.1 « THESE ATROCITIES EXPLAIN JAP DEFEAT »
16 mai 1938 (p.14-15)

L'article « *These Atrocities Explain Jap Defeat* » du 16 mai 1938 (Figure 5.1.5.1) démontre les atrocités des Japonais à Nankin. Ces images choquantes ont été prises secrètement par un correspondant anonyme de l'agence Bosshard/Black Star. On présente des images de Chinois battus, brûlés et laissés pour morts. Cette juxtaposition d'images augmente grandement le bilan des atrocités : on y réunit dix petites photos, et ces nombreuses petites photos de blessés placées à côté de la photo comportant un grand nombre de scouts suggère que chacun des éléments dans le grand groupe peut devenir le personnage principal d'une photo singulière. Le nombre invite aussi à envisager qu'il ne s'agit là que d'un petit prélèvement et qu'il y en a eu plusieurs fois le nombre montré. Cet article attire l'attention des lecteurs de LIFE et quelques-uns réagissent formellement :

6 juin 1938
Nanking Atrocities

Sirs:

This is in regard to your issues of LIFE, May 16, picturing Japanese atrocities on page 14. Undoubtedly you are convinced of their authenticity, I discussed them with several fellow teachers, and all expressed skepticism in some degree.

Whether true or not, these atrocious pictures head me to point out the danger of such propaganda. They should be valid beyond all possible doubts.

If true, you are doing a service with that "pictorial method" that is unmatched. If untrue or doubtful, you are doing more to suppress a free press than you realize.

T. Francis Monaghan
Yonkers, N.Y.

- The rape of Nanking by the Japanese has been described with dates, names, places and full details by responsible first-hand witnesses, and its victims photographed. Because the witnesses are continuing to work in Japanese-controlled territory, LIFE naturally cannot permit publication of their names and affidavits, which are being held in Shanghai vaults until the end of the war.

– ED.

Sirs:

In your May 16 issue of LIFE, regarding the Japanese invasion of China, you did more than the League of Nations to uphold justice and humanity.

S. S. Young
Lehigh University
Bethlehem, Pa.

La page de droite présente des adolescents chinois. Cette photo a été prise au mois de mars 1938. On mentionne dans la boîte de texte qu'ils écoutent un sermon livré par le ministre de la propagande à l'occasion du ralliement pour supporter les soldats blessés qui reviennent de Shanghai. Ces jeunes seront les prochains soldats. La plupart des nouvelles recrues sont âgées entre 14 et 18 ans. Ces deux pages présentent un discours juridique avec la présentation de faits et aussi un discours épideictique qui honore la jeunesse qui se prépare à affronter l'horreur de la guerre.

5.1.6 L'Europe en crise

En Europe, les tensions montent entre l'Allemagne, la Grande-Bretagne et la France. La Grande-Bretagne a toujours espoir dans les négociations pacifistes avec l'Allemagne. Cependant depuis 1933, l'Allemagne provoque sans opposition sérieuse : l'Allemagne a entamé des démarches pour se retirer de la Ligue des Nations, se réarmer et se réappropriier des territoires qu'elle a perdus avec le Traité de Versailles.

Les images proviennent d'agences de presse internationales et européennes. LIFE a sélectionné des images documentaires et a conçu de formidables mises en page narratives qui démontrent les tempéraments et qualités des politiciens des nations impliquées.



Figure 5.1.6.1 « AT BERCHTESGADEN ADOLF HITLER DID MOST OF THE TALKING,
NEVILLE CHAMBERLAIN SAID HIS SAY QUICKLY AND QUIETLY »
26 septembre 1938 (p.14-15)

Les pages 14 et 15 de LIFE du 26 septembre 1938 (Figure 5.1.6.1) présentent une séquence d'images d'Hitler en opposition à Chamberlain. Ces images qui proviennent de Movietone News ont été prises lors des discussions de paix entre ces deux nations. Cette comparaison souligne les stéréotypes de chacun, dont l'arrogance d'Hitler et la simplicité de Chamberlain, surtout lorsque nous comparons la première et la dernière image de chacun.

5.2 Septembre 1939 – Novembre 1941

Après la Grande Guerre, les Américains ne désiraient plus être mêlés à un autre conflit armé, surtout pas dans une guerre qui n'attaque pas directement leur pays. En 1917 et 1918, approximativement 50 000 soldats américains ont péri et cette perte et ses implications n'ont pas produit une paix équitable et durable : les Américains étaient désillusionnés. Par la suite, le Sénat américain a rejeté le Traité de Versailles incluant leur adhésion à la Ligue des Nations. En 1922, les États-Unis mettent à la ferraille pratiquement un million de tonnes de bâtiments de guerre et ils limitent la construction navale pour respecter le Traité de Washington qui restreint la production, le tonnage et le type d'armements maritimes entre les États-Unis, le Royaume-Uni, le Japon, la France et l'Italie. De plus, les États-Unis n'acceptent pas de fortifier leurs possessions à l'ouest de Pearl Harbor incluant Guam et les Philippines¹⁷⁰.

En 1939, au début de la Seconde Guerre mondiale, les Américains considéraient que cette guerre était une affaire européenne et que ce conflit ne les concernait pas. Les États-Unis comptaient 131 669 275 citoyens en 1939, dont 334 500 militaires. En 1945, ce nombre passe à 11 451 700. Encore une fois, les États-Unis vont s'impliquer dans une autre guerre mondiale malgré leur espoir de rester isolés du conflit militaire.

Plusieurs images charnières se manifestent pendant cette période. Le 21 octobre 1940, LIFE publie « *HITLER DANCES. FÜHRER DOES JIG FOR VICTORY* », un article où l'on se moque d'Hitler et de la manière dont il célèbre une de ses victoires (Figure 5.2.0.1). Ces photographies proviennent d'actualités filmées par les

¹⁷⁰ Dear, I.C.B., Foot, M.R.D. (1995). « USA », in *The Oxford Companion to World War II*. New York : Oxford University Press. p.1177.

Allemands. Ces images ont été prises le 21 juin 1940 dans une forêt à 6,5 kilomètres au nord de Compiègne en France. Hitler se trouve au même endroit qu'en 1918 lorsque Ferdinand Foch, maréchal de France, a dicté les conditions de la capitulation à l'Allemagne. Cette fois-ci, c'est Hitler qui écoute la capitulation officielle de la France. Cette victoire efface l'amertume de la défaite allemande vécue vingt-deux ans plus tôt.¹⁷¹



Figure 5.2.0.1 « HITLER DANCES. FÜHRER DOES JIG FOR VICTORY »
21 octobre 1940 (p.38-39)

¹⁷¹ Evans, H. (1997). *Pictures on a Page: Photojournalism, Graphics and Picture Editing*. New York : Éditions Solar. p.135.

La mise en page présente une juxtaposition d'images qui se succèdent telle l'animation au ralenti d'une chorégraphie. Cet article ironique compare Hitler à un pitre. À quelques reprises, pour se moquer d'Hitler, LIFE a publié des photos de personnes l'imitant. Dans le cas présent, Hitler est piégé : il joue lui-même sa propre caricature.

Ici, la répétition est la figure de rhétorique la plus forte. La nature en-soi de la répétition fait référence à l'image cinématographique – une séquence d'images qui, lorsque présentées rapidement, crée l'illusion d'une seule image en mouvement continue. De plus, par la répétition des photos d'Hitler, nous pouvons éprouver une sensation de sa démultiplication : nous sommes confrontés à une armée d'Hitler.

Une autre figure de rhétorique présentée ici est celle de l'ellipse où l'auteur a volontairement omis des images pour faire un arrêt sur certaines d'entre elles. Dans un premier temps, les séquences qui sont retenues présentent Hitler dans un état de grande rigidité et d'immobilité. Il se retrouve souvent sur une seule jambe, en état d'équilibre précaire, ce qui accroît à la fois l'effet de ridicule et de fragilité de sa posture. De plus, l'auteur de cet article a minutieusement choisi les séquences qui donnent l'impression qu'Hitler danse une gigue. Le choix des images provenant du film déconstruit l'action et la reconstruit en donnant une autre allure. En observant attentivement les photos, on pourrait en déduire qu'Hitler est loin de faire une gigue; il ressemble plutôt à quelqu'un qui s'étire les bras, lève le pied pour écraser le sol et se tourne brusquement pour partir. En choisissant soigneusement les photos et en les rassemblant, on peut aussi avoir une impression de danse grotesque. Ses « steppettes » ridiculisent le personnage.¹⁷²

¹⁷² Cet article est contemporain du film de Charlie Chaplin, *Le dictateur*. Dans ce film, Chaplin danse avec un ballon aux allures d'un globe terrestre. Il danse seul dans son bureau hors de la vue de tout son entourage. Le film *Le dictateur* est sorti dans les salles de cinéma aux États-Unis le 15 octobre 1940,

Cet article renforce l'idée qu'Hitler n'est pas un personnage trop menaçant. Dans la séquence, Hitler est vainqueur, mais à la fois il semble léger et heureux, voire même insouciant. Si LIFE avait voulu le montrer triomphant, le magazine aurait présenté d'autres images que celles-ci, par exemple des photos où Hitler semble plus autoritaire et sérieux ou encore les images de l'état des lieux où la victoire s'est produite, mais certes pas celles où Hitler est comparable à un pantin. LIFE, par cet article, semble vouloir rassurer le lecteur en disant de ne pas s'inquiéter d'Hitler. Malgré la capitulation de la France, il semble triompher d'une victoire futile.

De l'article où Hitler est comparé à un pitre, on enchaîne avec des suggestions de cadeaux pour Noël tel un soldat de plomb dans un article sur les jouets de guerre pour enfants. L'article « *CHRISTMAS TOYS* » est publié un an avant la déclaration de guerre par les États-Unis (Figure 5.2.0.1).

six jours avant la publication de cet article. Il est évident qu'un lecteur qui a vu le film était en mesure de faire une association avec cet article de LIFE.

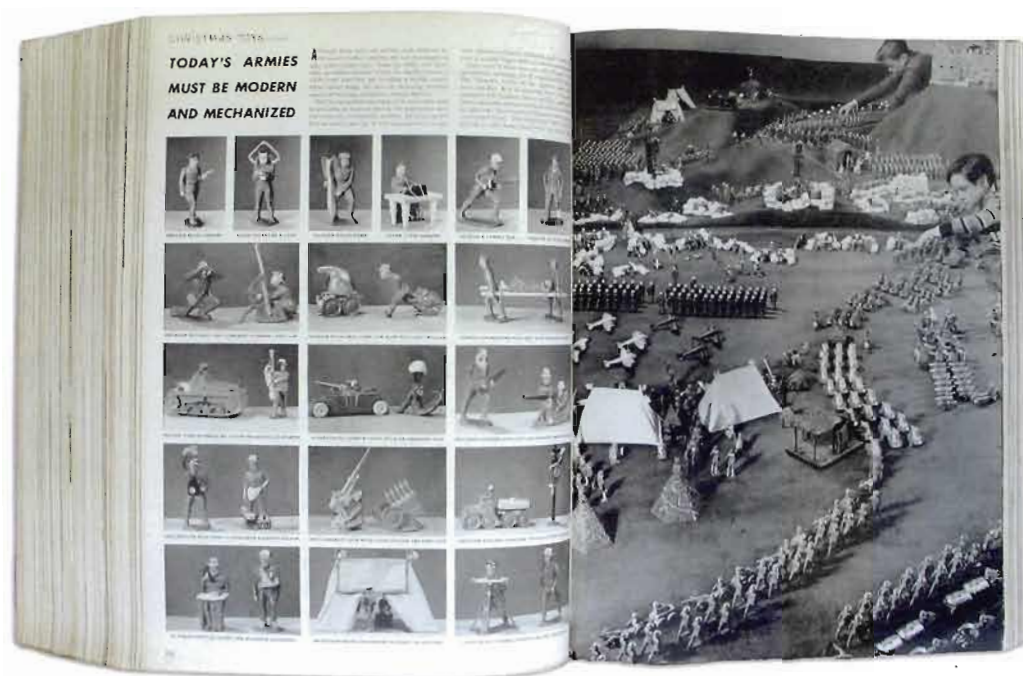


Figure 5.2.0.1 « CHRISTMAS TOYS: TODAY'S ARMIES MUST BE MODERN AND MECHANIZED »
9 décembre 1940 (p.104-105)

Les images brutales de guerre sont nombreuses dans LIFE, mais ce genre d'image – plus ludique – fait également partie du corpus des images de guerre de LIFE. Cette image amène une autre facette : tout comme des jouets, la machine de guerre devient mécanique, industrialisée et ne figure pas encore comme une véritable menace.

L'article est imprimé sur deux pages. Nous y retrouvons des figures de rhétorique dont la répétition de soldats de plomb qui évoque la mécanisation et l'industrialisation, la métonymie représentée par chaque jouet qui constitue l'ensemble du bataillon montré dans l'article et l'énumération sélective des jouets qui met en valeur la spécialisation de chaque personnage. La page de droite nous offre une vue d'ensemble des jouets placés sur une surface de jeu où deux garçons

surdimensionnés dans ce contexte, s'amuse à les placer. Cette photographie prend la page au complet et la qualité de l'image nous permet d'admirer la qualité des détails et le nombre d'éléments présents. Sur la page de gauche, on présente individuellement ou en paire une sélection de jouets de manière à ce que l'on puisse admirer leurs particularités. Sous chaque photo, un texte décrit l'item : un officier lit les ordres, un aviateur tient une bombe, un soldat manipule un pistolet mitrailleur, etc.

À cette époque, sans doute plus qu'aujourd'hui, les petits garçons jouaient avec des soldats de plomb; c'était un jeu commun. Il est important de souligner que c'est par le jeu que nous apprenons nos comportements. Quand viendra véritablement le temps d'aller à la guerre, la volonté d'y participer sera un prolongement naturel du jeu. Avec les jouets, on garde un certain contrôle : on peut arrêter de jouer lorsqu'il n'y a plus de plaisir. Cette image donne donc doublement confiance aux Américains, car on ramène le rapport guerrier à un jeu où l'on garde le contrôle. Rien à voir avec la réalité de la guerre!

L'article insiste sur le fait que les jouets évoluent, deviennent plus modernes tout comme les armées progressent et cherchent à actualiser et spécialiser leur matériel et leurs armes. Les jouets présentés dans cet article sont en vogue avec l'expansion industrielle pour l'effort de guerre. Cet article témoigne de la préoccupation économique qu'a LIFE quant à la guerre. Ce n'est pas un article qui tente de convaincre les lecteurs à être pour ou contre la guerre, mais plutôt une constatation qu'il y a, à l'horizon, des marchés qui seront créés pour subvenir aux besoins de la guerre. Cette idéologie que le progrès passe par la mécanisation et la modernité fait partie de la mentalité américaine et avec la guerre, il y a un projet d'expansion en perspective.

Bien que LIFE se préoccupe des conséquences de la guerre, de par la nature des images, on est dans le ludique. Ce ne sont pas des images qui entraînent la panique; toutefois, elles font réfléchir sur la guerre. Cet article devient alors une métaphore de l'effort qui sera demandé et qui se transposera du ludique au réel.

À ce stade-ci, LIFE n'est pas prêt à s'engager dans la guerre. Mais graduellement, LIFE engendre une réflexion quant à la situation des Américains face à cette guerre et aux répercussions socio-économiques qu'elle engendrera. Ainsi, ces images dirigent le lecteur vers la compréhension des profits à réaliser avec la guerre, tant par les industries aéronautiques et automobiles que pour les compagnies de ces jouets meurtriers que sont les armes de guerre. En somme, c'est une première étape légère et prônant une forme d'innocence envers l'effort de guerre.

5.2.1 Déclenchement d'une seconde guerre mondiale

Le 1^{er} septembre 1939, l'armée allemande attaque la Pologne. La Luftwaffe réussit à perturber gravement le système ferroviaire polonais. En dix jours, l'Allemagne réussit à contrôler le nord et le sud de la Pologne. Le 17 septembre 1939, la Russie occupe l'est de la Pologne comme prévu selon un protocole secret d'un pacte Nazi-Soviétique. Le 5 octobre 1939, la résistance polonaise est terminée. Plus de 70 000 Polonais sont tués et 700 000 autres sont faits prisonniers. Environ 14 000 Allemands décèdent dans cet affrontement.

Le 3 septembre 1939, la Grande-Bretagne et la France déclarent la guerre à l'Allemagne, mais elles ne se sont pas imposées, car la France n'avait aucune intention de lancer une attaque massive et d'ailleurs elle se sentait bien en sécurité derrière la ligne Maginot tandis que la Grande-Bretagne préférait la tactique du blocus économique et naval. Le 6 octobre, Hitler offre un pacte de paix avec la Grande-Bretagne et la France en acceptant le nouvel ordre de l'Europe de l'est, ce que les deux pays alliés refusent d'accepter.

La photo de l'Associated Press qui accompagne l'éditorial « *The Second World War* » présente l'armée allemande qui traverse un pont « quelque part » en Pologne (Figure 5.2.1.1). La file de soldats qui montent la côte vers un endroit inconnu suggère qu'ils sont en route pour une guerre envers et contre tous. L'ordre et la répétition des soldats amplifient la discipline et la rigueur de cette armée spartiate. Par ailleurs, l'absence d'opposition intensifie la menace que représente cette armée : elle est consciente d'être l'ennemie et son adversaire sera celui qui résistera à être soumis à son autorité.

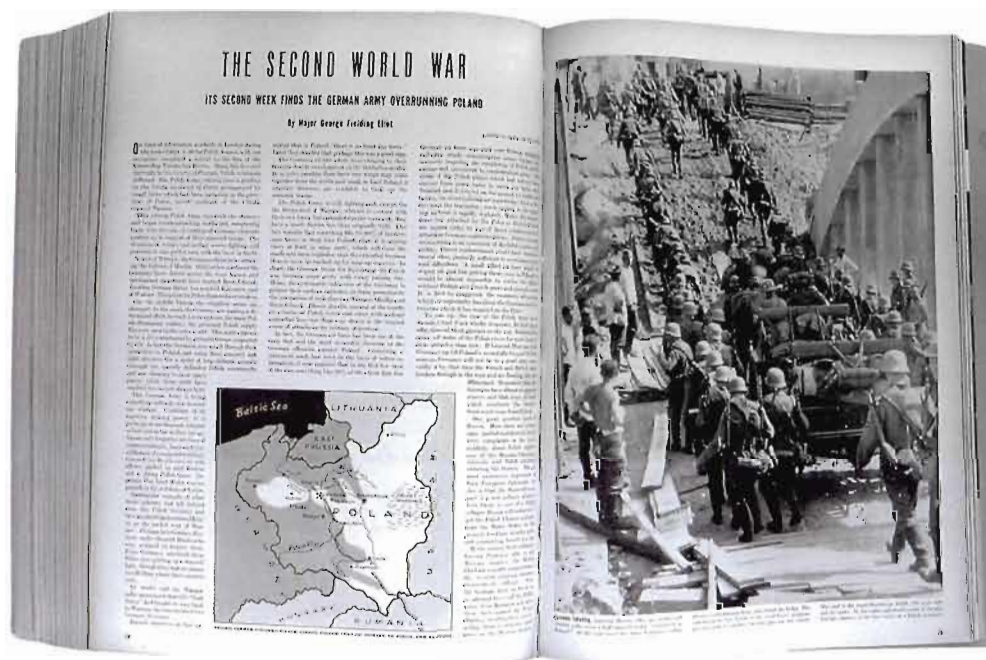


Figure 5.2.1.1 « THE SECOND WORLD WAR, ITS SECOND WEEK FINDS THE GERMAN ARMY OVERRUNNING POLAND »
25 septembre 1939 (p.24-25)

5.2.2 Invasion nazie de la Pologne

La Pologne est la première victime de la Seconde Guerre mondiale. La Pologne est un pays stratégique de par son accès à la mer Baltique et à l'Europe de l'est. De plus, les Allemands ont toujours éprouvé de la hargne envers les Polonais. Plus de 6 millions de Polonais sont décédés au cours de la Seconde Guerre et la moitié des victimes était des Juifs. Plusieurs des camps de concentration nazis se trouvaient en Pologne.



Figure 5.2.2.1 « NAZIS EXECUTE CIVILIAN POLES »
24 février 1941 (p.34-35)

Ces images de propagande démontrent la tyrannie de l'armée allemande et le destin qui est réservé à ceux qui refusent d'obéir aux ordres et aux règles établies par les nazis (Figure 5.2.2.1). L'article avise le lecteur que ces photos proviennent de Pologne, mais elles pourraient aussi bien venir de Belgique, de Norvège ou de Hollande, pays qui sont aussi assujettis à l'armée allemande. Ces images ouvrent le débat sur les atrocités pratiquées par les forces allemandes : selon les Allemands, les Polonais sont un peuple conquis et n'ont aucun droit de résister. Curieusement, l'article ne condamne pas ces gestes ouvertement, mais laisse le lecteur juger par lui-même si ces actes sont acceptables. Contrairement à la guerre en Chine et la bataille

de la Grande-Bretagne, les images de victimes sont difficiles à obtenir à cause du contrôle aliénant de la propagande exercée par les nazis.

Cette séquence d'images juxtaposées, qui représente le processus méthodique des soldats allemands dans leurs procédures de rassemblements des victimes et de leur exécution, déshumanise les soldats allemands et les dépeint comme des machines à tuer. Cette allusion renforce l'image de l'armée allemande comme une machine de guerre qui dirige non des soldats, mais des automates sans pitié ni pardon.

5.2.3 Invasion nazie de la Belgique et de la Hollande

Le 10 mai 1940, l'Allemagne attaque à nouveau la Belgique et les Pays-Bas, ces derniers pour des raisons stratégiques de territoires, quoique les Hollandais n'aient jamais voulu prendre part dans la Première Guerre et ne voulaient surtout pas être impliqués dans la Seconde Guerre. La petite force militaire hollandaise capitule le 15 mai, tandis que la Belgique continue à être une scène pour le théâtre de guerre entre l'Allemagne et la France.

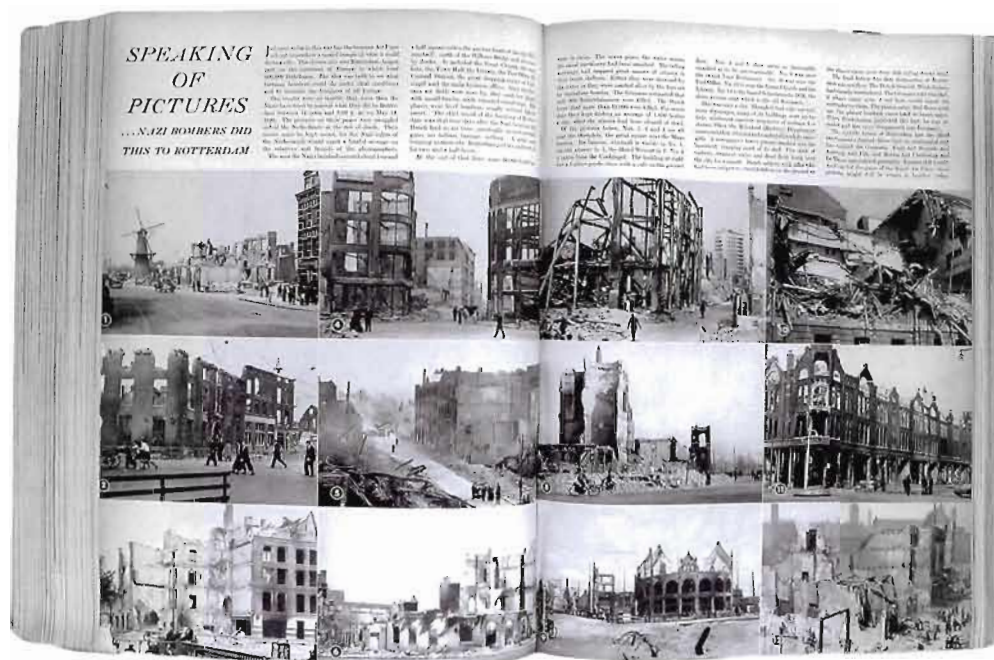


Figure 5.2.3.1 : « SPEAKING OF PICTURES... NAZI BOMBERS DID THIS TO ROTTERDAM »
9 septembre 1940 (p.12-13)

Les photos de Rotterdam dans « *SPEAKING OF PICTURES* » démontrent les dégâts dus aux bombardements aériens nazis (Figure 5.2.3.1). Ce témoignage photographique nous montre la force brutale des nazis et ce qu'ils sont capables de faire sur une ville dans les conditions météorologiques idéales et sans grande opposition. Cet acte de terreur sur la plus importante ville portuaire en Europe a fait ses preuves. L'article mentionne que ces photographies ont été obtenues confidentiellement et aux risques de celui qui les a passées en contrebande hors du pays. Lorsque nous interrogeons les motivations de LIFE à publier ces images de pays étrangers, il faut se rappeler que les États-Unis accueillent des immigrants européens

dont certainement plusieurs proviennent de pays qui sont en guerre avec l'Allemagne et qui sont inquiets pour leur famille demeurant encore dans ces pays.

30 septembre 1940
Ruins of Rotterdam

Sirs:

I am an old Rotterdammer and I wish to express my gratitude to you for publishing the series of pictures of the destruction of my poor old town in you Sept. 9 issue.

They were a terrible revelation to me. I recognized every picture because I lived there for 19 years. So far I have not received any definite news from my father and mother who are living there. But picture No. 7 does not make me feel very good, because the tall building in the background is not more than a few blocks away from my father's home. My father is a bacteriologist at the Ryks-scruminrichting and both his home and laboratory are not far from that tall office building.

A. J. S. Van Alphen
Victoria, British Columbia

5.2.4 La présence d'Hitler

Adolf Hitler continue d'être un personnage important à travers LIFE. Il est à la fois caricatural et menaçant. Il est le symbole de la nouvelle Allemagne et d'une nouvelle force militaire mondiale. Plusieurs articles sont consacrés à l'homme qu'il est et à ses faits accomplis.



Figure 5.2.4.1 : « LIFE – HITLER AND NAPOLEON: TWO “LITTLE CORPORALS” MEET IN PARIS »
5 août 1940 (p.15)

La photo historique d'International dans « *HITLER AND NAPOLEON* » présente la rencontre de deux conquérants : le « petit caporal » autrichien et le « petit caporal » corse (Figure 5.2.4.1). Lorsque nous comparons les conquêtes militaires de Napoléon et d'Hitler, nous pouvons remarquer plusieurs similitudes : comme Napoléon, Hitler tente de conquérir l'Angleterre et la Russie et comme Napoléon, Hitler ne sera pas victorieux. À première vue, cette image semble suggérer qu'Hitler serait digne d'être comparé à Napoléon : deux des plus grands stratèges militaires européens se croisent. Cependant, la proportion colossale du sarcophage de Napoléon réduit Hitler à une taille minuscule. De plus, le positionnement du cercueil de Napoléon oblige ceux et

celles qui l'observent à baisser la tête en signe de respect comme le souligne un lecteur de LIFE :

26 août 1940

Hitler Bows

Sirs:

I like Napoleon. I hate Hitler.

Consequently, it gave me no great pleasure to see the picture in LIFE, Aug. 5, showing that even Hitler had to bow his head as he gazed moodily at Napoleon's crypt.

It might be interesting for LIFE readers to know that Napoleon's tomb was deliberately planned so that all who came to visit were forced to bow their heads in homage. Visitors, regardless of rank, must stand on a balcony and look down, thus lowering their heads.

T. Carter Gleysteen

Furlong, Pa.

Il mérite d'être mentionné que malgré les réussites militaires d'Hitler, ce dernier n'aura pas droit à une telle commémoration noble par son peuple lorsqu'il décédera.



Figure 5.2.4.2 : « THE NAZI GANG LOOKS OVER ITS NEW VICTIM »
30 décembre 1940 (p.18-19)

Une célèbre image d'Hitler et de ses alliés est celle publiée le 30 décembre 1940 dans l'article « *THE NAZI GANG LOOKS OVER ITS NEW VICTIM* » (Figure 5.2.4.2). Cette photo d'International présente Hitler en présence du Premier ministre roumain. Ce dernier était connu comme étant un sympathisant britannique et un attaché de presse à Londres, mais il décide de joindre le pacte tripartite. La rigidité du visage du Premier ministre roumain est compréhensible : pour prouver sa loyauté, le Premier ministre roumain doit se présenter devant Hitler ainsi que ses acolytes qui le scrutent pour évaluer si son intention est honnête et s'il est digne de confiance. Cette forme d'intimidation est typique des films de gangstérisme américain comme le précise l'article. Malgré que le premier ministre roumain ait proclamé un discours, le

lendemain, contre les nations démocratiques, les nazis ont ordonné d'avance à leurs militaires de brutaliser les Roumains. Cet événement a servi de leçon aux autres nations neutres quant aux conséquences de joindre les forces de l'axe. Il est important de remarquer la proportion qu'occupent les nazis dans la photographie comparativement au premier ministre roumain. La forte présence des nazis amplifie celle d'Hitler et intensifie sa menace. De plus, grâce à un jeu d'angle de l'appareil photo, la grandeur d'Hitler dans l'image est colossale lorsque nous la comparons à celle du premier ministre roumain.

5.2.5 La guerre en Orient

La guerre entre la Chine et le Japon continue de faire rage. Les images sont de plus en plus violentes. L'objectif du Japon est d'unir tous les pays orientaux sous son empire; la Chine continue de résister, mais à quel prix?

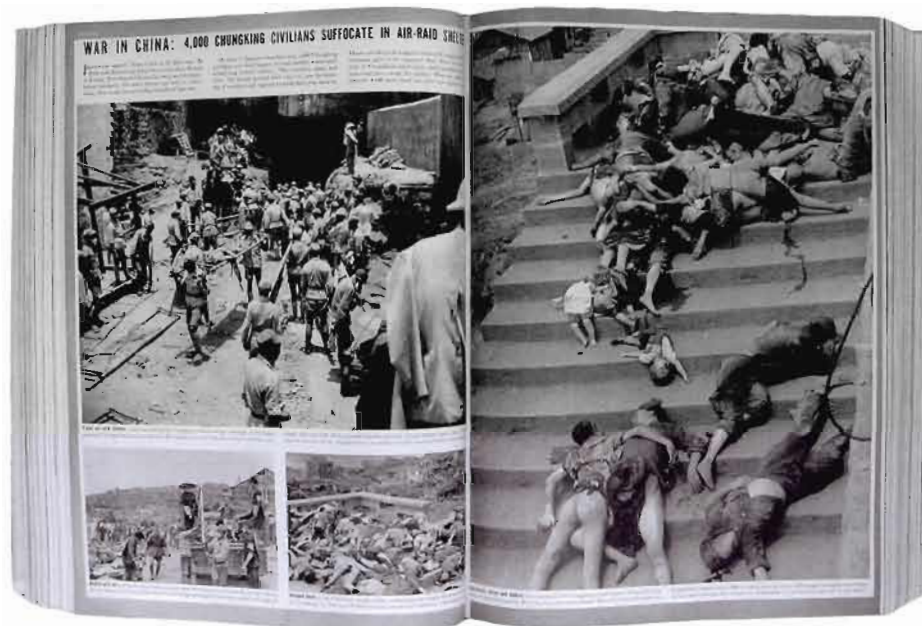


Figure 5.2.5.1 : « WAR IN CHINA : 4,000 CHUNGKING CIVILIANS SUFFOCATE IN AIR-RAID SHELTER »
28 juillet 1941 (p.24-25)

Le 5 juin 1941, 4000 civils chinois perdent la vie suite à un bombardement japonais. Après un premier bombardement, des Chinois sont sortis du refuge croyant que l'attaque était terminée, mais hélas une seconde vague d'attaque s'annonce. Ceux et celles qui étaient sortis tentent de rentrer alors que plusieurs, encore à l'intérieur du refuge, essaient de sortir. Les portes du refuge se referment et lorsque le bombardement est terminé et que les portes sont rouvertes, les survivants constatent la tuerie. Carl Mydans, photographe de LIFE, était sur les lieux et documente le massacre de Chongqing (Figure 5.2.5.1). Les images sont grossières et provocantes : les corps dénudés et défigurés des victimes de tous les âges sont empilés sur les marches extérieures du refuge. Le fait de montrer des femmes et des enfants morts

provoque la sympathie, mais aussi la colère envers ceux qui sont responsables pour les actes et pour leur publication.

18 août 1941
Slaughter in China

Sirs:

A subscriber to LIFE, I was terribly shocked to see your lack of editorial discretion in printing the War in China pictures in the July 28 issue. Any pictures that serve to degrade the human body should be omitted from any magazine.

M. M. Kornfeld
Houston, Texas

Sirs:

Your pictures of dead Chinese will probably offend many people. Thanks for your courage and editorial honesty. It could happen here.

Russell Fitzpatrick
Los Angeles, Calif.

Sirs:

I admit that some gruesome propaganda has come out of foreign countries recently but the pictures of mangled Chinese bodies after a Japanese air raid are the fanciest piece of artificial non-sense I have ever seen.

It's true that the Chinese publicity department worked hard over achieving a photographic effect that looked like the real thing, but in heaven's name can't they be a little more convincing? Store manikins and sandbags are all right in a picture if you can get away with it.

Charles Kreiner
Baltimore, Md.

• Reader Kreiner, like many another American, is refusing to believe the terrible fact of war. Mel Jacoby, LIFE's representative in Chungking, saw the catastrophe and the bodies piled high. LIFE vouches for authenticity of the pictures. – ED.

LIFE tente de balayer les critiques qui refusent de croire en l'authenticité des photos. Malgré que la propagande soit reconnue pour être habile à manipuler les images, il est difficile de prouver que ces photographies ont été trafiquées, théâtralisées ou détournées. Cependant, ce qui nous intéresse n'est pas le débat de l'authenticité, mais plutôt de l'habileté à créer un effet. L'article sur le massacre de Chongqing en suit un autre sur le sujet des Britanniques en vacances en temps de guerre : la photographie qui précède celle des cadavres chinois amoncelés est celle de femmes britanniques

entassées qui se baignent au soleil (Figure 5.2.5.2). Le contraste du sujet et la similitude des angles de l'appareil photo entre ces deux images amplifient le choc de l'image dominante de l'article de Chongqing : pendant que certaines personnes jouissent des plaisirs de la vie, d'autres la perdent injustement.

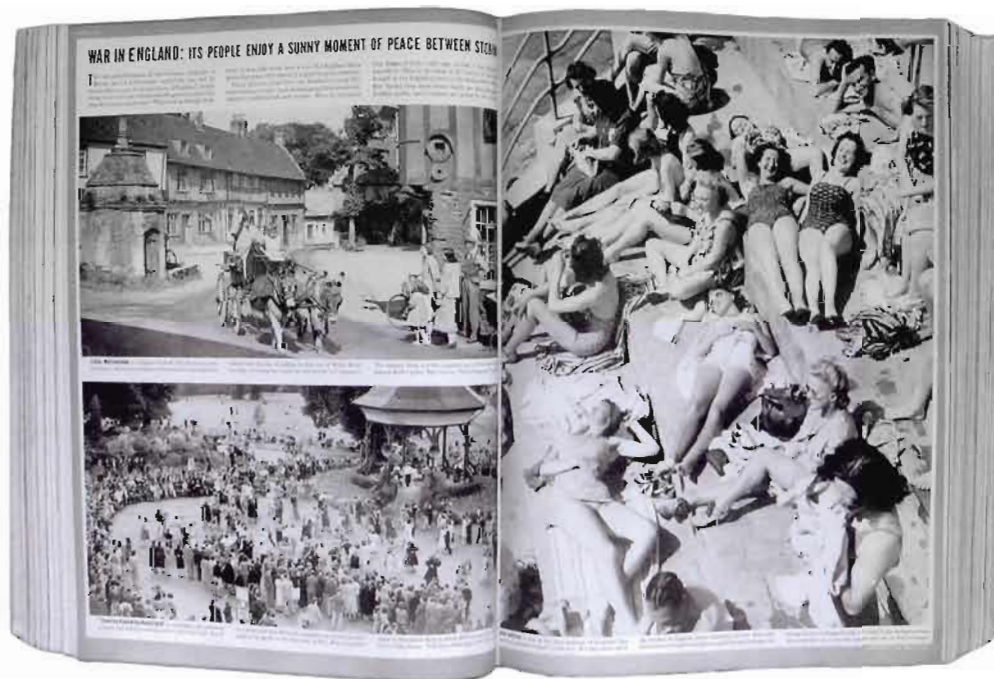


Figure 5.2.5.2 : « WAR IN ENGLAND: ITS PEOPLE ENJOY A SUNNY MOMENT OF PEACE BETWEEN STORMS »
28 juillet 1941 (p.22-23)

5.2.6 Déclin de la France

La France se croyait en sécurité derrière sa ligne de défense Maginot, mais l'Allemagne prouve rapidement le contraire. En seulement 42 jours, l'Allemagne réussit à s'emparer de la Hollande, de la Belgique et de la France qui concède la

victoire le 22 juin 1940. La France a payé très cher pour cette bataille avec le décès de 120 000 soldats français. L'Allemagne, quant à elle, prouva sa suprématie tactique et morale.

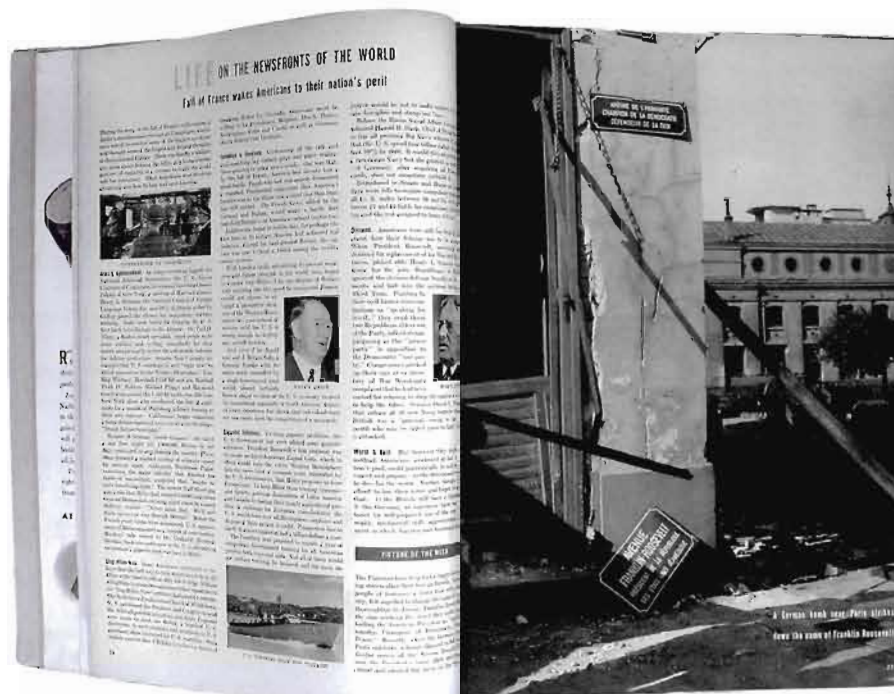


Figure 5.2.6.1 : « A German bomb near Paris strikes down the name of Franklin Roosevelt »
1^{er} juillet 1940 (p.24)

À Paris, un obus frappe le coin de l'avenue Franklin-Roosevelt (Figure 5.2.6.1). Nous pouvons lire sur l'enseigne, au-dessus de celle qui portait le nom de Franklin Roosevelt : « Apôtre de l'humanité, champion de la démocratie, défenseur de la paix ». Cette photo obtenue par Harry-Photos du Service cinématographique de l'armée française est cocasse, mais en même temps elle est une étrange analogie de l'intention des Allemands à l'égard des États-Unis et de sa démocratie : vous serez les prochains à tomber! Quoique l'Allemagne n'ait pas déclaré la guerre aux États-Unis

et qu'il n'y ait pas eu d'acte d'hostilité entre ces deux pays, cette propagande est un message alarmant qui indique que les Allemands sont sur la voie de la conquête mondiale et que les États-Unis ne sont pas à l'abri, malgré leur position isolationniste.

5.2.7 Bataille de la Grande-Bretagne

La Grande-Bretagne est le seul pays allié dans l'ouest qui réussit à résister aux attaques allemandes. L'Espagne qui craint des sanctions commerciales et économiques des États-Unis et qui manque de confiance en Hitler, ne s'implique pas encore. L'Allemagne doit alors combattre seule la Grande-Bretagne qui avait été une force militaire importante lors de la Première Guerre, mais qui ne l'est plus trente ans plus tard dû à ses coupures dans son budget militaire. Cependant, la Grande-Bretagne réussit à se défendre et à garder le moral en dépit des bombardements intensifs de l'Allemagne.



Figure 5.2.7.1 : « Fire of London »
27 janvier 1941 (p.18-21)

LIFE publie le 17 février 1941 des photographies de l'agence Internationale. « *Fire of London* » est un article important qui suscite beaucoup d'opinions parmi la

population américaine. Les photos démontrent les dommages occasionnés par les bombes incendiaires allemandes (figure 5.2.7.1). Malgré la vague intense de bombardements et des dégâts notables dus aux bombes incendiaires, les Londoniens réussissent tout de même à contenir les flammes. L'Allemagne voulait à tout prix détruire Londres, symbole de tout ce qui est britannique, mais les Londoniens résistent comme le mentionne l'article. Cette suite d'images topographiques datées le 2 décembre 1940, offre au lecteur un panorama de la ville après le bombardement de 10 000 lb de bombes incendiaires. Ces images peuvent servir de propagande autant pour les Allemands afin de prouver leur suprématie et leur succès, qu'aux Anglais pour démontrer que leur ville résiste aux assauts et pour ainsi attirer la sympathie mondiale. LIFE a décidé de montrer ces images pour rendre hommage au courage des Anglais, illustrer les effets dévastateurs de la guerre moderne et sensibiliser à la tournure sérieuse que prend la guerre comme le mentionne ce lecteur de LIFE :

17 février 1941
 Courage Under Fire

Sirs:

Your pictures in the Jan. 27 issue of LIFE, showing the burning of London by German incendiaries, drive home in startling manner the horror of modern warfare. Is it symbolic that, in the lower left-hand picture on page 18, the word "COURAGE" on the wall of a building is shining in the glare of the fires to inspire still further the valiant defenders of the bowlegged island?

B.P. Davies
 Columbia, S.C.

Ces images juxtaposées, qui sont accompagnées de très peu de texte, donnent une expérience cauchemardesque des effets de la guerre. Cette topographie de Londres offre aux lecteurs un point de vue de visiteur pédestre dans la ville détruite : on marche dans les rues poussiéreuses et entre les bâtiments encore fumants. Dans *Images et société*, Catherine Saouter nous donne une belle explication de l'importance de la ruine dans le contexte de la rhétorique de guerre : « l'exposition prépondérante des destructions prouve le désastre de la guerre. La *métaphore de la*

ruine est ici, comme pendant la Première Guerre mondiale, la solution à l'autocensure pour évoquer l'insoutenable, le moyen le plus efficace pour rappeler ce qui a été. »¹⁷³ Bien que cette ville ne soit pas la sienne, le lecteur a la possibilité d'éprouver — grâce aux images — le choc de voir de près une grande ville effondrée tout en étant loin du danger.

À propos de l'image de droite des deux premières pages, le photographe a choisi d'utiliser une arche en ruine pour orienter le regard du lecteur vers une cathédrale qui continue à se tenir debout, bien droite. La menace avance, mais certaines valeurs fondamentales persistent, notamment, la foi en la victoire illustrée ici par un effet de métaphore avec l'image de la cathédrale. Sur les deux pages suivantes, nous avons l'impression que la guerre gagne du terrain parce que, partout où l'on pose les yeux, il y a des débris et des ruines. Ces images ne présentent aucun blessé, aucun mort, mais l'état de la ville est inquiétant ce qui favorise la sympathie de ceux qui les observent. C'est un photoreportage important dans l'optique où LIFE tente de faire comprendre à la population américaine qu'elle ne pourra pas rester neutre face à la question de la guerre en Europe et qu'un jour, elle devra nécessairement s'impliquer.¹⁷⁴

¹⁷³ Saouter, C. (2003). *Images et sociétés : Le progrès, les médias, la guerre*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal. p.126.

¹⁷⁴ À la page 27 de la même publication, les éditeurs de LIFE expriment leur désaccord avec les opinions de l'ex-ambassadeur Joseph P. Kennedy qui considère que les États-Unis ne doivent pas s'impliquer dans la guerre, ni financièrement, ni militairement.

5.2.8 Opération Barbarossa

Un facteur important à considérer lorsque nous évaluons le succès de la défense de la Grande-Bretagne, c'est que l'Allemagne a décidé de ne pas s'acharner sur la Grande-Bretagne et de commencer à s'en prendre à la Russie en juin 1941, quoique ces deux pays aient une entente de non-agression. La Russie ne demeure pas moins une menace potentielle pour l'Allemagne. Les discussions avec le ministre des Affaires étrangères, Molotov, n'allaient nulle part et le bolchevisme a toujours été considéré comme étant l'ennemi du nazisme. De plus, Hitler pouvait finalement réaliser le *Lebensraum* qu'il avait prédit dans son *Mein Kampf*. L'opération Barbarossa commença en août 1941 et se termina en janvier 1942. Malgré une offensive sans merci, l'histoire se répète : comme l'ont vécu Napoléon et l'Allemagne lors de la Première Guerre en 1917, Hitler réalise durement que la Russie ne peut être conquise. L'Allemagne ne perdit pas la bataille, mais elle fut arrêtée. L'Allemagne semblait près d'une offensive réussie, mais le manque d'appui aérien n'a pas permis de sécuriser la victoire. En janvier 1942, Hitler planifie déjà sa prochaine offensive qu'il prévoit entreprendre au printemps.

La photo de Margaret Bourke-White du paysage fantomatique de Ielnia témoigne de l'état d'un territoire dévasté par la guerre entre l'Allemagne et la Russie (Figure 5.2.8.1). Quoique la Russie ait perdu le territoire, l'Allemagne souffre d'énormes pertes en effectifs. Cette propagande en faveur de la Russie n'existait pas avant que l'Allemagne décide de lui déclarer la guerre. Bien que la Russie soit communiste, elle affronta un ennemi commun ce qui lui valut le respect des nations et des sympathisants alliés. Cette photographie grandiose, qui s'étend sur deux pages, ne présente aucun cadavre, mais un territoire violé. Cette topographie fait état de la

situation dix jours après que la bataille fut officiellement terminée : le paysage est à la fois étrangement serein et tourmenté.

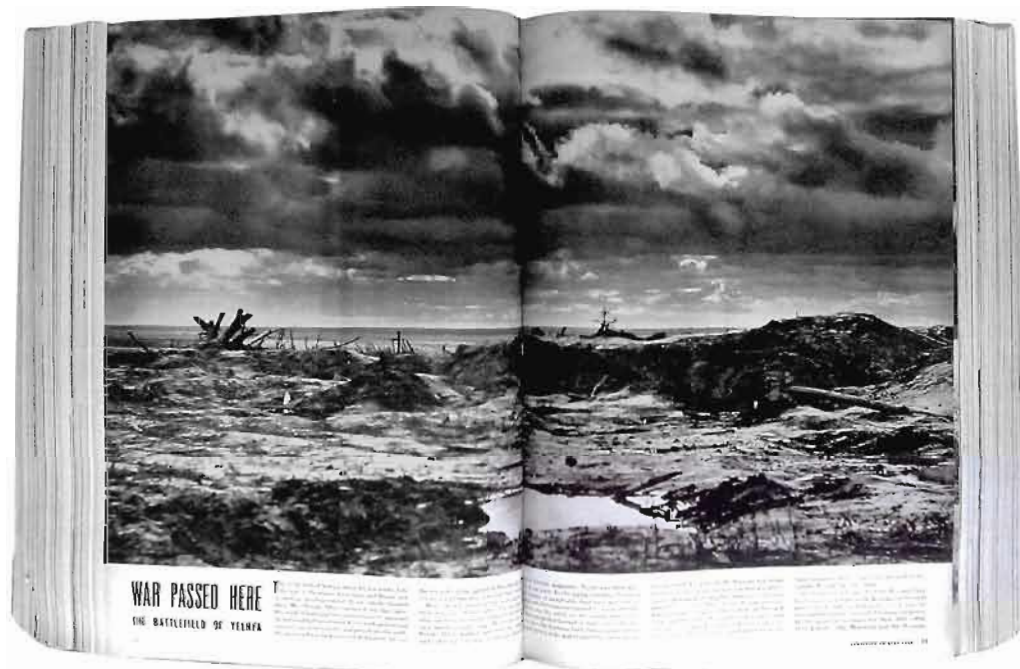


Figure 5.2.8.1 : « WAR PASSED HERE, THE BATTLEFIELD OF YELNYA »
17 novembre 1941 (p.34-35)

5.2.9 Neutralité américaine

En septembre 1939, *Fortune* a entrepris un sondage national sur l'opinion publique américaine et la Seconde Guerre mondiale. LIFE publie les résultats de cette enquête le 25 septembre 1939. Les Américains souhaitent majoritairement une victoire des Alliés sans avoir à s'impliquer militairement. La sympathie pour les Alliés était faible dans les grandes villes américaines (58,4 %) et forte dans les villages (90,4 %). Les éditeurs de LIFE émettent l'hypothèse que le faible taux de sympathie pour les alliés

dans les grandes villes s'expliquerait par l'incertitude sur l'issue de la guerre, ou par le désir qu'aucun pays ne triomphe. LIFE suppose aussi qu'une partie de ces répondants sont indifférents ou dégoûtés ou sont des sympathisants allemands qui ont trop peur d'avouer publiquement leur opinion.

QU'EST QUE LES ÉTATS-UNIS PENSENT DE LA GUERRE...

Qui voulez-vous gagne la guerre?	
Les Alliés	83%
L'Allemagne	1%
Aucun – ou ne sait pas	16 %
Si aucune autre nation ne joint aux deux camps, qui pensez-vous gagnera?	
Les Alliés	64.8%
L'Allemagne	8.3%
Ne sait pas	26.9 %
Qu'est-ce que les États-Unis devraient faire?	
Combattre avec les Alliés s'ils perdent	13.5%
Envoyer des provisions aux Alliés mais pas à l'Allemagne	20%
Vendre à chaque côté « cash and carry »	29%
Aucune aide à l'un ou à l'autre	25%
Aider l'Allemagne	1/10 de 1%
Ne sais pas ou autres réponses	9%

Tableau 5.1 Sondage Fortune en 1939 sur l'opinion publique Américaine et la Seconde Guerre mondiale

David E. Sherman, d'International, photographie un employé du centre de distribution du courrier au Sénat derrière une montagne de lettres (Figure 5.2.9.1). Le Sénat américain reçoit en moyenne 200 000 lettres écrites par des citoyens américains qui désirent voir les États-Unis demeurer neutres durant le conflit. Plusieurs ont écrit des lettres très personnelles alors que d'autres ont opté pour l'utilisation de cartes postales antiguerre qui ont été imprimées pour l'occasion. Cette montagne de lettres illustre de manière métaphorique le niveau d'opposition à la guerre : chaque lettre

représente la voix d'un citoyen. C'est la première fois que la réaction des gens est si accablante.



Figure 5.2.9.1 « LIFE – DEAR SENATOR: TIDAL WAVE OF ANTI-WAR LETTERS HITS CONGRESS »
2 octobre 1939 (p.11)

Ce qui explique ce soudain enthousiasme des Américains à exprimer leur point de vue est un discours livré par le Président Roosevelt qui désire abroger l'embargo d'armement du *Neutrality Act*. Selon le Président Roosevelt, la politique *cash & carry* permettrait aux États-Unis de s'enrichir et ce faisant, d'éviter d'entrer en guerre. Cependant, certains voient ceci comme un premier pas vers l'offensive.

Ce qui intéresse LIFE dans cette histoire, c'est la provenance sociale et géographique des auteurs des lettres : des mères de famille, des hommes d'affaires, des vétérans, des enfants, etc. Même les moyens utilisés méritent d'être soulignés : les messages sont dactylographiés, écrits à la plume, griffonnés au crayon de plomb, sur du papier embossé, sur du papier commercial... Autant de différences qu'il y a de citoyens. Un exercice démocratique important qui mérite d'être souligné.



Figure 5.2.9.2 « HUNGER, AMERICANS FACE A TERRIBLE DECISION »
23 décembre 1940 (p.51)

Les images d'Otto Kurth du American Friends Service Committee publiées dans LIFE en 1940 présentent une situation passée qui risque de se répéter : la malnutrition et la famine juvénile (Figure 5.2.9.2). La répétition des enfants nus, qui sont soit debout ou en amas, suggère un nombre important d'enfants qui se trouvaient dans une situation

de fragilité et d'indigence. Les États-Unis sont confrontés au dilemme d'aider ou ne pas aider les résidents des pays conquis en leur envoyant des vivres. LIFE décida de présenter ces images de la Première Guerre mondiale pour provoquer la réflexion. Au moment de la parution de l'article, la famine était présente en Espagne, en Pologne et en Chine. Dans l'article, LIFE énumère les pour et les contre d'une intervention américaine dans les pays affamés et en voie de l'être. Cependant, avec les images provocatrices qui accompagnent le texte, il est difficile de ne pas être interpellé par ces horreurs à moins que de tourner la page rapidement par dégoût et que de refuser de lire les propos. C'est un sujet délicat qui réclame, qui provoque des opinions contraires : la famine chez les enfants est difficile à accepter et le monde sera confronté à nouveau à ce phénomène s'il n'est pas prêt à agir.

5.2.10 L'armée américaine

Aux États-Unis, l'armée entame une campagne de recrutement importante alors qu'ils ne sont toujours pas en guerre. Cependant, la menace de l'état mondial est présente. La tension avec le Japon s'intensifie : les États-Unis imposent des embargos contre le Japon et acceptent d'aider financièrement la Chine avec qui ils ont des intérêts économiques menacés par la conquête japonaise. Les Philippines, qui sont sous le contrôle des États-Unis depuis 1898, sont aussi menacées par le Japon qui désire réunir tous les pays orientaux sous son emprise. On comprend donc que les États-Unis ont intérêt à se préparer militairement si jamais leurs négociations avec les Japonais échouaient.

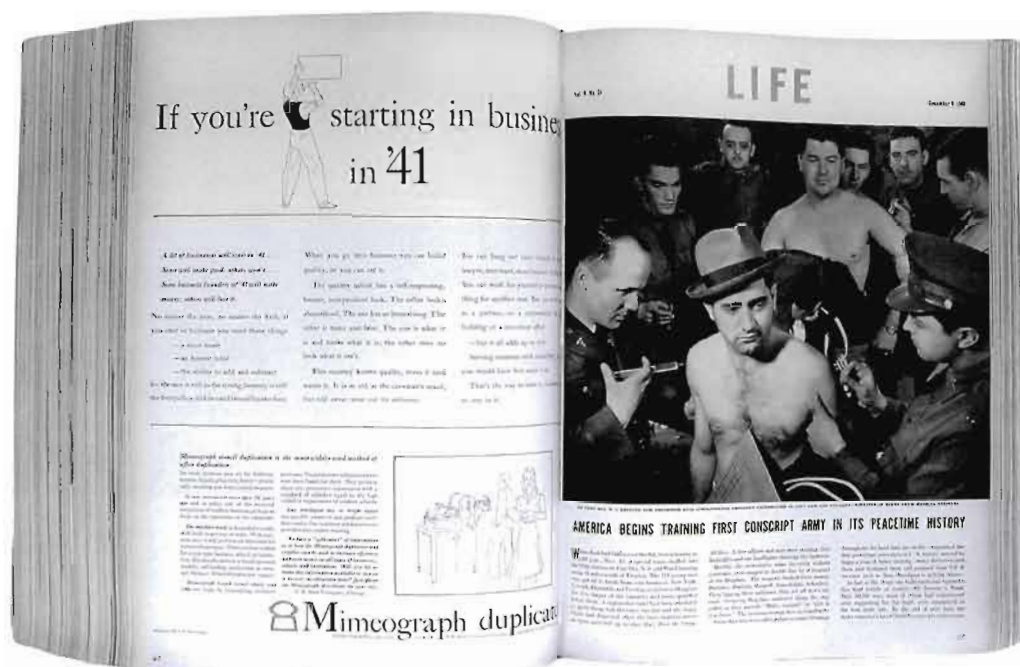


Figure 5.2.10.1 : « LIFE – AMERICA BEGINS TRAINING FIRST CONSCRIPT ARMY IN ITS PEACETIME HISTORY »
9 décembre 1940 (p.27)

Dans « *AMERICA BEGINS TRAINING FIRST CONSCRIPT ARMY IN ITS PEACETIME HISTORY* », la photo de George Stock présente un conscrit américain qui reçoit deux vaccins simultanément contre la variole et la typhoïde (Figure 5.2.10.1). Derrière lui, un autre conscrit s'avance à travers la ligne d'officiers. L'allure mécanique du processus ressemble à celle d'une chaîne de montage industrielle. En six mois, 780 000 hommes subiront le même traitement. L'armée exige que chaque action entreprise par son personnel soit efficace. L'allusion, selon laquelle les soldats sont produits mécaniquement, est légèrement atténuée par le conscrit qui porte son chapeau de travers sans trop porter attention à la mise en scène.

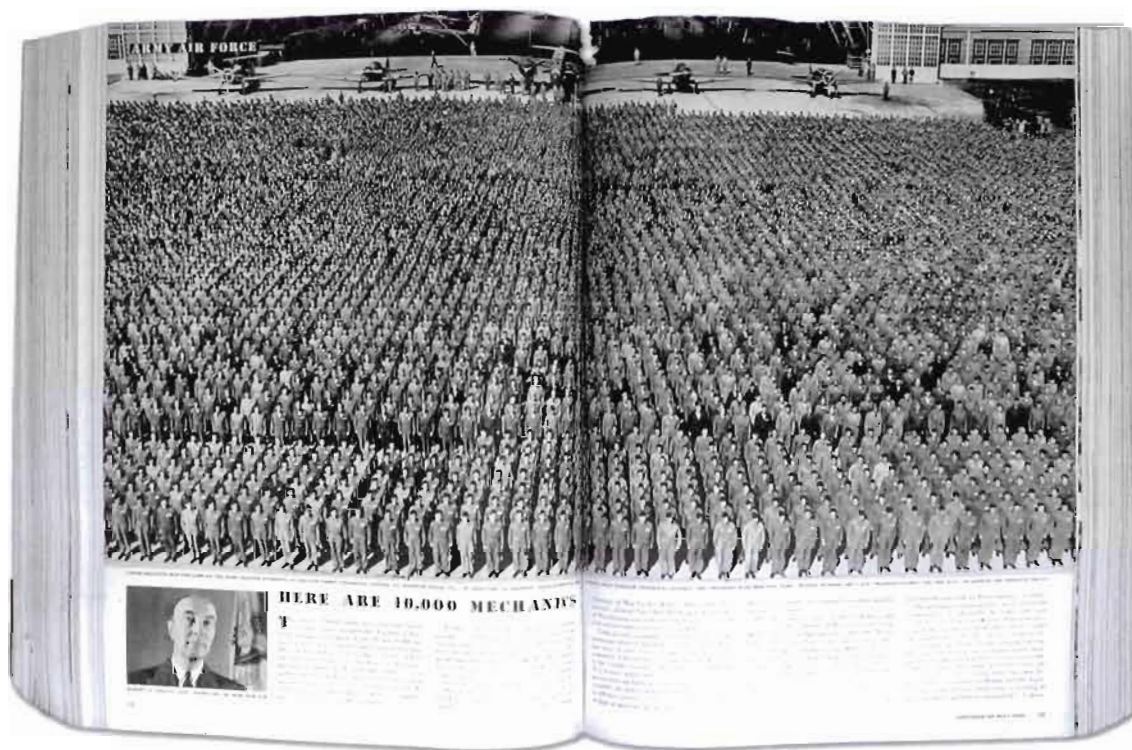


Figure 5.2.10.2 : « ARMY AIR FORCE – HERE ARE 10,000 MECHANICS »
1^{er} décembre 1941 (p.98-99)

Avant l'attaque de Pearl Harbor, LIFE publie « *ARMY AIR FORCE – HERE ARE 10,000 MECHANICS* », qui est une véritable image charnière vers une nouvelle ère dans l'histoire américaine (Figure 5.2.10.2). Cette photo présente 10 000 mécaniciens de la branche aérienne des forces armées des États-Unis. Il est évident que le but de cette photo n'est pas de mettre au défi de les compter un par un, mais bien d'évoquer l'unité et l'ordre de ces travailleurs dévoués. C'est une image imposante d'une « armée » de braves mécaniciens en aéronautique dont l'importance est de donner une « petite » idée de ce qu'est une armée véritable, infiniment plus nombreuse et entraînée à la discipline et à des tâches bien plus complexes.

La répétition aide à représenter ce qui est considéré comme étant minime : si l'on calcule le ratio d'un mécanicien pour vingt ou vingt-cinq hommes dans l'infanterie et d'un mécanicien par cinq ou dix avions comme l'article le mentionne, on peut conclure que l'armée américaine est innombrable. Dans ce cas, il y a une répétition, mais surtout une métonymie, ces mécaniciens n'étant qu'une petite partie de l'armée américaine que l'on suggère ici comme étant immense.

D'un point de vue médiologique, le fait que la photographie s'étale sur deux pages en entier est important à souligner. Si la photo était restreinte à une seule page ou encore à la moitié d'une page, son impact serait amoindri. Le fait que l'on présente cette image sur deux pages permet au lecteur d'apprécier le détail de la photographie – les visages sont visibles, la multitude de rangées est perceptible – ainsi le lecteur peut s'immerger dans l'image. Cette décision de présenter l'image ainsi introduit une autre figure de rhétorique : l'hyperbole. Lorsqu'on observe cette photo, on est impressionné par l'organisation du personnel et par la masse imposante d'hommes.

L'effet désiré est évident : unir la population et encourager l'effort de guerre en montrant des ouvriers fiers, nombreux et travailleurs, tous dirigés vers un objectif commun qui les transcende, ce que suggère la prise de vue en plongée qui indique aussi qu'une vision domine et organise cet effort. Les dirigeants savent où ils s'en vont, ils ont, comme on dit, une *big picture*, une vue d'ensemble. L'effort de guerre ne provient pas seulement des soldats, mais aussi des civils qui travaillent à réaliser les machines de guerre. Cette image est un hommage à ceux et celles qui contribuent à l'effort de guerre et à une cause commune supérieure.

5.3 Décembre 1941 – Mai 1944

En juillet 1941, les États-Unis imposent de nouvelles sanctions au Japon suite à l'entrée des forces japonaises en Indochine sudiste. Ces sanctions permettent aux États-Unis de couper les réserves d'huile japonaises de 90%. Ceci ne laisse les Japonais qu'avec 18 mois de réserves disponibles. Le Japon devait alors réagir. Encouragé par le succès des Britanniques à Tarente en 1940, l'amiral Yamamoto propose d'attaquer par surprise la flotte navale américaine située dans le Pacifique. Le 7 décembre 1941, les pilotes japonais attaquent avec succès Pearl Harbor et quelques heures plus tard, les forces japonaises continuent leurs attaques à Wake, Guam, les Philippines, en Malaisie et à Hong Kong.

Cet événement tragique changea le cours de l'histoire. Malgré eux, les Américains n'avaient plus le choix : le 8 décembre 1941, le Japon déclare la guerre aux États-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni et aux Pays-Bas. Le 11 décembre 1941, Hitler et Mussolini déclarent à leur tour la guerre aux États-Unis.

La guerre continue sur deux fronts en Europe et elle s'étend en Afrique du Nord et s'intensifie en Asie. L'Italie n'est pas épargnée non plus. Elle sera la première à être vaincue parmi les pays de l'axe. L'Allemagne sera victime de bombardements. Les alliées quant à eux s'unissent enfin et planifient une stratégie pour vaincre Hitler. Finalement, les États-Unis retrouvent leur identité guerrière et redorent leur blason.

5.3.1 Pearl Harbor

Le président Roosevelt proclame au lendemain de l'attaque du 7 décembre 1941, que cette journée deviendrait « une date qui restera dans l'Histoire comme un jour d'infamie ». Pendant que les Américains négociaient avec les Japonais pour arriver à une solution pacifique, ces derniers planifiaient une attaque-surprise. Cette défaite humiliante a désormais eu un effet positif : tous les Américains, peu importe le point de vue passé des isolationnistes ou pas, sont enfin réunis comme le déclare Charles Lindbergh, un célèbre défenseur de l'isolationnisme :

Now [war] has come and we must meet it as united Americans regardless of our attitude in the past toward the policy our Government has followed. [...] Our country has been attacked by force of arms, and by force of arms we must retaliate. We must now turn every effort to building the greatest and most efficient Army, Navy and air force in the world.¹⁷⁵

Dans « *JAP BOMBERS AIM FIRST BLOW AT OAHU BASE* » (figure 5.3.1.1), LIFE imprime trois photographies. La première, qui figure à gauche et qui est pratiquement pleine page, est une vue de la plage de l'île où les premières attaques japonaises ont eu lieu. On peut lire dans le texte qui accompagne cette photo que la plage de Waikiki est un lieu de paix, de repos et de plaisir. On explique que les bombardiers japonais ont attaqué Pearl Harbor et la base militaire Hickam, Honolulu, sur l'île d'Hawaï.

¹⁷⁵ Brown, R. J. (1998). *Manipulating the Ether: The Power of Broadcast Radio in Thirties America*. États-Unis : McFarland & Company. p.120.

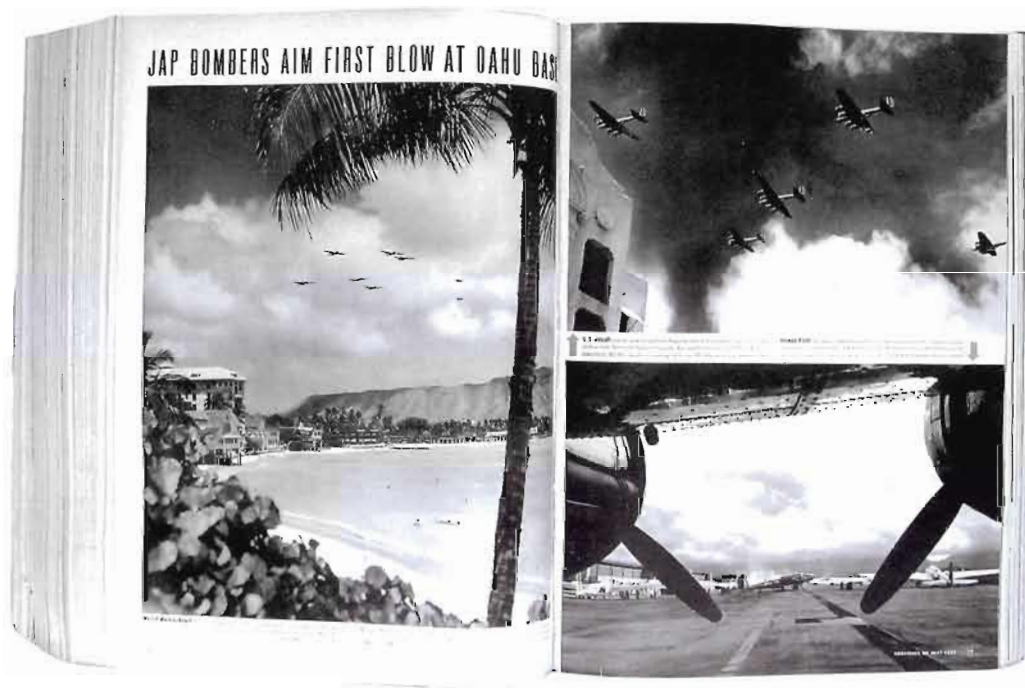


Figure 5.3.1.1 : « WAR – JAP BOMBERS AIM FIRST BLOW AT OAHU BASE »
15 décembre 1941 (p.28-29)

Dans les deux images qui font face, à droite, le ciel s'obscurcit. La menace et la réparation viendront du ciel et de l'aviation. C'est ce que semblent annoncer les deux images superposées. L'image du dessus présente des avions américains. On peut lire dans le texte qui accompagne la photo que ces avions ne représentent qu'une partie de la flotte sortie défendre la base militaire américaine. Dans l'image au bas de la page de droite, le lecteur éprouve une double sensation. Immergé dans l'image par un gros plan et un recadrage qui produisent un point de vue inclusif, le spectateur est placé sous l'aile d'un avion. Avec cette photo, il est à la fois écrasé par le poids et la menace du ciel sombre de l'image supérieure et de la fumée noire au loin et il est interpellé très immédiatement à prendre part à l'action, à s'envoler pour retrouver les

autres et à se joindre à l'effort de guerre. Une mise en page d'images comme celles-ci, semble vouloir faire comprendre que jusqu'à maintenant, on vivait en paix, calmement, voire sereinement puisque la plage évoque ici une atmosphère de vacances. Mais les choses vont changer. On dénonce les agressions ennemies auxquelles on est prêt à faire face comme en témoignent les avions qui s'envolent dans un ciel sombre pour persuader le lecteur de la nécessité de déclarer la guerre au Japon. Les États-Unis pratiquaient l'isolationnisme et espéraient ne pas avoir à aller en guerre. Cet événement projette automatiquement le pays dans le conflit mondial et il est important que la population trouve cette action légitime en adoptant la position de celui qui est à la fois menacé et en position de se projeter dans l'action.

D'un point de vue médiologique, la vitesse de transmission des images est à souligner compte tenu de l'époque. Le 15 décembre 1941, LIFE publie des photos de Pearl Harbor. Il est difficile de juger quand celles-ci ont été prises puisque l'on ne voit pas l'attaque comme telle et que les photos publiées auraient pu être prises des semaines plus tôt. Mais certains lecteurs applaudissent tout de même ce qui apparaît comme un exploit d'avoir obtenu des images si rapidement, comme le mentionne le lecteur suivant :

12 janvier 1942

Up-To-The-Minute

Sirs:

I have always considered LIFE an up-to-the-minute magazine. But when I saw pages 27-33 on the Dec. 7 attack on Pearl Harbor (LIFE, Dec. 15) I was amazed. These pages were not merely supplementary pages but a regular part of the issue and referred to events of the Sunday before.

Howard Strousse

Denver, Colo.

Cette promptitude de LIFE à « documenter » l'événement peut faire la gloire du magazine, mais cette réactivité médiatique renforce aussi le sentiment d'urgence à réagir et à changer de position politique.

À propos des photos de William C. Shrout, photographe pour LIFE, nous pouvons supposer que ces images ont été prises avant le 7 décembre 1941. Parce que si LIFE avait eu des clichés de l'attaque ou de ses dommages, pour quelles raisons ne les a-t-il pas publiés? Est-ce qu'il était impossible d'obtenir des photos dans de tels délais? Y avait-il un photographe présent ou vivant sur les lieux dans les heures qui suivirent l'attaque? Ou simplement, était-il préférable de ne pas montrer l'étendue des dégâts pour ne pas démoraliser la population qui était déjà abasourdie par la nouvelle...

Un an plus tard, le 14 décembre 1942, d'autres images de Pearl Harbor sont dévoilées pour commémorer le jour de l'attaque fatidique. Les images proviennent de Movietone News et démontrent les dégâts et la situation des lieux après l'attaque (figure 5.3.1.2). Ce rappel visuel force la population américaine à se souvenir de la raison pour laquelle leur pays est entré en guerre : avec 2343 officiers et hommes morts, 960 portés disparus et 1272 blessés, il était impératif de ne pas les laisser invengés. Cet acte qualifié d'infâme par le président Roosevelt restera gravé dans la mémoire des Américains et ils ont maintenant des images pour les aider à se souvenir et pour maintenir l'effort de guerre.

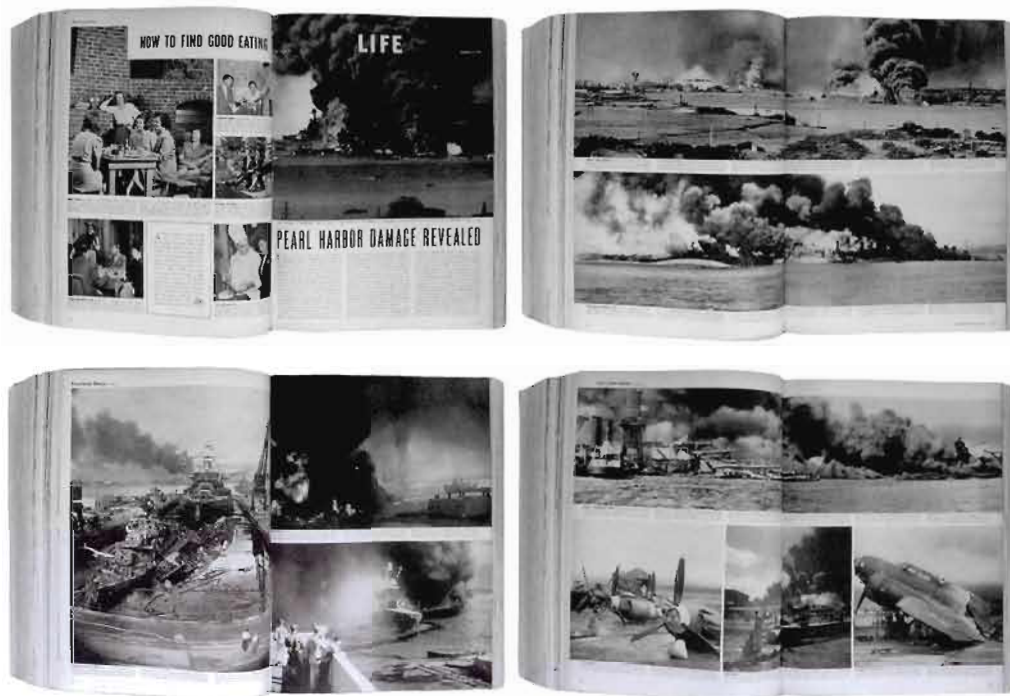


Figure 5.3.1.2 : « LIFE – PEARL HARBOR DAMAGE REVEALED »
14 décembre 1942 (p.31 à 37)

5.3.2 Les États-Unis en guerre

Contrairement à ses intentions de départ, les États-Unis sont en guerre. LIFE est confronté à une situation où elle doit annoncer que le pays est en guerre suite à une défaite humiliante et sournoise. Comment présenter un sujet qui normalement devrait montrer des images héroïques et de victoires sans obstacle? En Allemagne, les images de guerre publiées dans les médias illustrent des victoires sans opposition et maculées de sang... Pour les États-Unis, cette guerre débute avec le carnage et la panique. LIFE a la responsabilité d'alarmer la nation, mais doit le faire sans affolement.



Figure 5.3.2.1 : « AMERICA GOES TO WAR »
22 décembre 1941 (p.13)

L'article « *America Goes to War* » (Figure 5.3.2.1) explique la situation de guerre à l'intérieur du pays : l'armée est en état d'alerte, les immigrants japonais, allemands et italiens sont soit emprisonnés ou dirigés vers des camps de concentration, le gouvernement américain se prépare à augmenter rapidement de 40000 le nombre d'effectifs. Face à une situation où les détails de ce qui est arrivé à Pearl Harbor étaient nébuleux, les États-Unis sont demeurés sereins. Les deux photos de l'Associated Press publiées au début de l'article comparent le dôme du Capitole des États-Unis le jour avant la déclaration de la guerre le soir même : pendant 23 ans, le dôme a été éclairé et pendant la durée de la guerre, les « lumières de la paix » seront éteintes. Cette apparence du Capitole amplifie l'état de quiétude que le gouvernement veut établir.

5.3.3 L'ennemi japonais

Pour gagner contre l'ennemi, il faut lui mettre un visage. Un article de LIFE illustre la vie, les qualités et les faiblesses militaires des Japonais. Une propagande impressionnante qui donne espoir aux lecteurs américains.

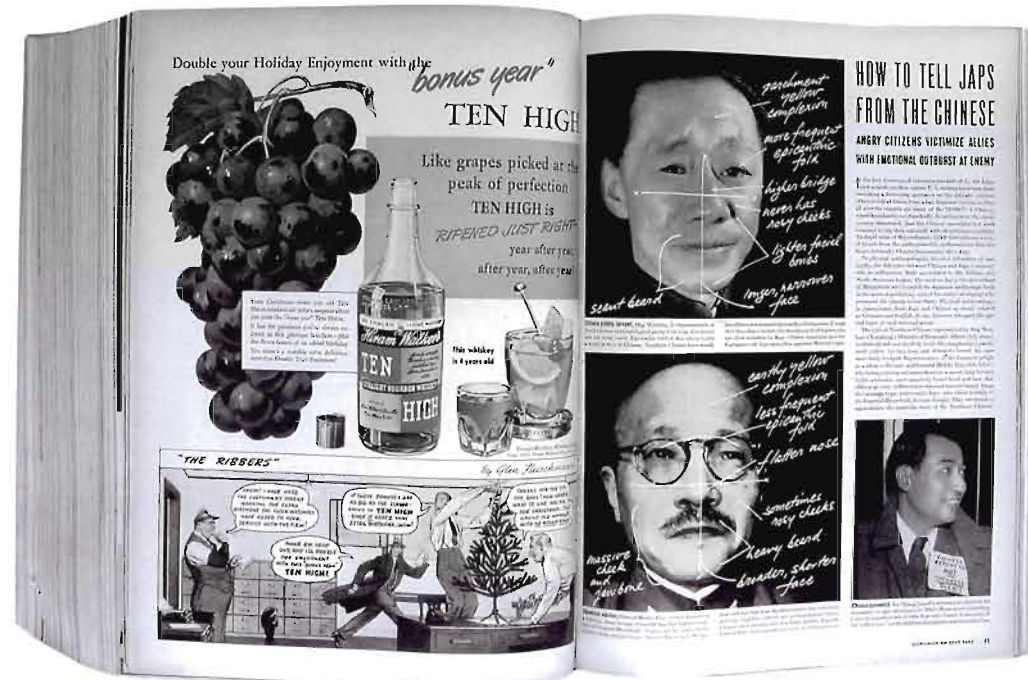


Figure 5.3.3.1 : « HOW TO TELL JAPS FROM CHINESE, ANGRY CITIZENS VICTIMIZE ALLIES WITH EMOTIONAL OUTBURST AT ENEMY »
22 décembre 1941 (p.81)

La diversité culturelle aux États-Unis présente une autre problématique : parmi ses citoyens, on y retrouve des Japonais et d'autres ethnies asiatiques. Première problématique, comment protéger ces citoyens américains d'origines japonaises et deuxièmement, comment déceler si ceux-ci peuvent représenter un risque

d'espionnage? Pour répondre à ce problème, le gouvernement américain créa des camps de concentration pour les accueillir. Cette solution n'était pas un sujet populaire dans les pages de LIFE.

Cependant, un article très controversé de LIFE fut celui qui démontre comment distinguer un Japonais d'un Chinois, car il y a eu des cas de violence contre des citoyens d'origine chinoise confondus avec des Japonais (Figure 5.3.3.1). Les photos de Carl Mydans et International comparent les différents traits physiques du visage d'un Chinois et d'un Japonais : le nez, les yeux, la longueur du visage, les joues, etc. Cet article sert-il vraiment à faire une distinction raciale ou sert-il plutôt à mieux reconnaître l'ennemi? Le sujet de l'article est raciste et pour en atténuer l'effet, le texte écrit à la main levée, comme s'il s'agissait d'un diagramme topographique, vient compléter les images avec des informations pertinentes. Sans ce texte, les différences entre ces deux visages seraient difficilement discernables par la majorité des Américains. Fait intéressant à remarquer : le Japonais qui sert de cobaye est le Général Tōjō, et non l'empereur Hirohito qui, grâce à l'Office of War Information, désirait être tenu à l'écart de toute propagande.



Figure 5.3.3.2 : « A PHOTOGRAPHIC DEBATE – HOW STRONG IS JAPAN? »
16 août 1943 (p.87)

L'article « *A PHOTOGRAPHIC DEBATE — HOW STRONG IS JAPAN?* » recueille des photographies de Paul Dorsey et George Stock de LIFE, des photos du U.S. Marine Corps, Wide World et de Natori de Black Star (Figure 5.3.3.2 et Figure 5.3.3.3). L'objectif est de présenter les forces et les faiblesses du Japon quant à leurs industries, leurs ouvriers, leur discipline militaire, leur esprit guerrier, leurs traditions, leur empereur, leur armée et leurs vues sur la guerre. LIFE tente de présenter les deux côtés de la médaille pour finalement conclure dans son analyse que peu important leur détermination, leur fierté et leur dévouement pour la guerre, le Japon est une nation que les États-Unis peuvent vaincre! Selon LIFE, le Japon serait défait en cinq

ans. Finalement, LIFE annonce la fin de la guerre avec le Japon trois ans plus tard, pratiquement jour pour jour.



Figure 5.3.3.3 : « A PHOTOGRAPHIC DEBATE – HOW STRONG IS JAPAN? »
16 août 1943 (p.88-99)

Cet article qui analyse et critique l'ennemi principal des Américains est biaisé. Il n'en demeure pas moins une propagande efficace qui remonte le moral des troupes et de la population américaine. Les deux dernières images de la série méritent d'être soulignées. La juxtaposition de celles-ci est porteuse de signification : la première présente deux soldats japonais qui saluent leurs généraux et la seconde un soldat

japonais tué se trouve au pied du soldat américain qui l'a abattu; nous sommes en présence d'un échange de pouvoir entre le souverain et le bourreau et le second, qui semble placé à droite et donc ultérieurement dans la séquence chronologique, semble dominer ultimement.

5.3.4 La guerre sur le front est de l'Europe

Les Allemands ne réussissent pas à rejoindre Moscou. Les Russes tiennent tête aux Allemands et ils finissent par les repousser. À l'été 1943, les Russes jouissent d'une supériorité numérique sur les Allemands. Les forces allemandes se replient et en avril 1944, les Russes reprennent pratiquement tous les territoires perdus avec l'opération Barbarossa. Les Allemands infligent des actes de barbarie aux citoyens conquis et aux prisonniers de guerre par la famine, la torture, la violence ou l'exécution. L'aversion allemande envers les Polonais et son animosité contre les Russes sont médiatisées dans le LIFE : les corps humains s'empilent et la déchéance est apparente.



Figure 5.3.4.1 : « GERMANS IMPOSE MASS DEATH ON RED PRISONERS AND POLES »
23 février 1942 (p.26-27)

La série d'images provenant des territoires occupés par les nazis est atroce : les prisonniers de guerre russes, les enfants polonais et les Juifs sont exécutés ou privés de nourriture jusqu'à la mort (Figure 5.3.4.1). L'accumulation de corps-morts a un effet nauséabond : les corps sont nus, maigres, blêmes, malades, morbides. Les corps sont empilés dans des chariots pour que les civils puissent voir leur sort. L'image de l'homme qui tient entre ses mains un bébé avec la peau tendue sur les os et le ventre ballonné est horrible. LIFE publie ces photos dans le but de provoquer de l'émotion chez ses lecteurs. Certains sont révoltés par les images alors que d'autres le sont par la décision de LIFE de publier les images.

16 mars 1942
Atrocities in Poland

Sirs:

Do you really wish to see our war production schedule put through on time or ahead of time? Then, I suggest you print millions of copies of LIFE's photographs captioned: "German impose mass death on Red prisoners and Poles" and get the War Production Board to post them throughout the land, in every office and factory, and on every billboard. I guarantee the planes, tanks, guns, shells, ships, etc. will come rolling forth in overwhelming numbers.

Mrs. Peter Goodman
Baltimore, Md.

Sirs:

The war is horrible enough without those pictures. *The Germans*, I know, will get their punishment. But for now please do not publish those pictures. It seems to me that there are brighter sides of life to read about, such as the latest movies, fashions and plays.

Joan Dietl
Union, N. J.

Sirs:

Because you will have a flood of letters protesting the pictures of the starved Polish children and murdered Russian prisoners, I hasten to write to you. They are shocking, brutal, revolting – yes – but that is the kind of world we live in now. Others will do as I did – drop the magazine in horror at first view. But those of us who realize the stark horror at large in this world and who realize that the mounting torrent of bad news concerns us, too, will tiptoe back to the pictures, knowing that victory will come only when we have understood and taken the full measure of our enemy.

Elizabeth R. Armstrong
New York, N.Y.

5.3.5 La guerre sur le front ouest de l'Europe

Les Britanniques profitent de la décision des Allemands de combattre sur deux fronts européens pour rebâtir et nettoyer les dégâts. Les Alliés mènent un combat aérien et naval efficace, mais ne réussissent pas à débarquer sur le continent européen comme l'a démontré le raid de Dieppe. La production de photographies aériennes militaires augmente et cela permet à LIFE de publier des articles et des photos qui expliquent les stratégies et les résultats de certaines campagnes avec clarté. La plupart des photos aériennes sont prises par des militaires qui ont des photographes formés pour cette

tâche. Ceci n'empêche pas les photographes civils, comme Margaret Bourke-White de LIFE, de participer à des missions pour documenter au nom de LIFE.

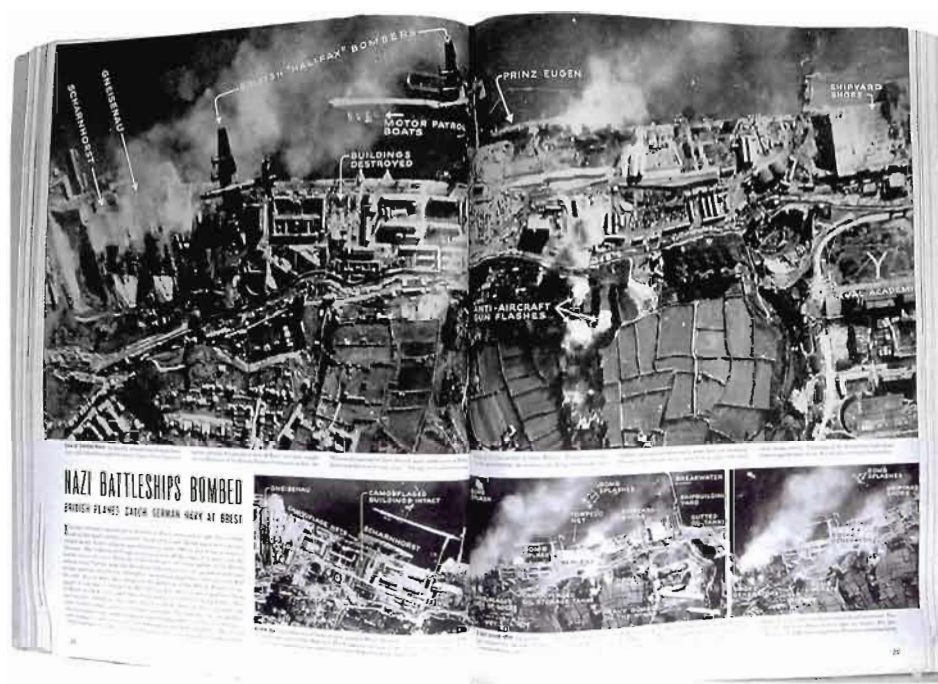


Figure 5.3.5.1 : « NAZI BATTLESHIPS BOMBED, BRITISH PLANES CATCH GERMAN NAVY AT BEST »
19 janvier 1942 (p.24-25)

Les Britanniques documentent photographiquement leurs opérations de bombardement. Les photos publiées le 19 janvier 1942 de Pictures Inc. et du Controller of His Majesty's Stationery Office indiquent les cibles nazis à Brest qui ont été atteintes par les attaques alliées (Figure 5.3.5.1). Pour vulgariser les photos aériennes, LIFE note les divers lieux, bâtiments et artefacts dans les photos. À travers la guerre, LIFE présente des images topographiques pour prouver la réussite des missions. Cette propagande du succès des alliés est encourageante et contribue aux efforts de guerre aux États-Unis : l'ennemi est atteignable et on en a la preuve.

5.3.6 La guerre en Afrique du Nord

La guerre en Afrique du Nord est sanglante et dure. Par contre, l'opposition n'est pas aussi coriace que sur les autres fronts. Malgré la quantité importante d'images de blessés, le sourire est plus présent parmi les photographiés de cette guerre que dans celles qui sont prises dans le Pacifique et en Europe. La victoire des Alliés sera garantie par le retrait des forces allemandes en mai 1943. Cette victoire permet alors aux Alliés de débarquer en Europe par la Méditerranée, de conserver et d'exploiter une source importante de pétrole et d'offrir une plus grande participation alliée en Europe.

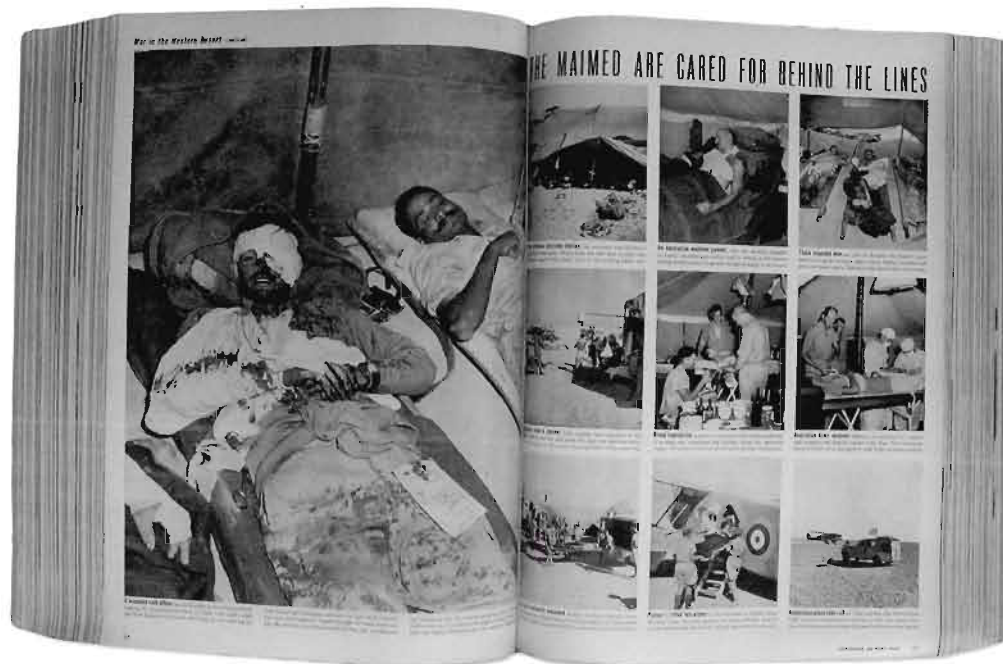


Figure 5.3.6.1 : « War in the Western Front: THE MAIMED ARE CARED FOR BEHIND THE LINES »

31 août 1942 (p.26-27)

La série photographique de Bob Landry (Figure 5.3.6.1) offre une autre facette de la guerre en Afrique du Nord : les soldats blessés en action. La série de photos énumère les différents soins qui sont apportés aux soldats : transfusion de sang, opérations chirurgicales, transport aérien d'urgence, etc. La photo de gauche qui présente un soldat néo-zélandais gravement blessé provoque la controverse chez les lecteurs de LIFE :

21 septembre 1942
DESERT WAR

Sirs:

Under the title of War in the Western Desert, LIFE of Aug. 31 published a series of pictures, showing in gruesome detail the wounded and maimed soldiers of New Zealand. These pictures must be deeply distressing to anyone with loved ones in the armed services. I would like to enter my protest against such depressing realism which only the most morbid among us can find interesting.

Julie W. Totten
Washington, D. C.

Sirs :

I am enroute from Los Angeles to New York. The train is filled with soldiers, I have just purchased the Aug. 31 LIFE and will destroy it, having seen the pictures which are disgusting in their graphic portrayal of the horrible side of the life our soldiers are forced to lead. Why do you have to put before them the awful sight of faces torn away, of wounded beings scorched by desert sun! Must they go to fight with a horrible ending in their minds.

Alline Estes Chapin
Rochester, N.Y.

À ceci, LIFE répond que pour comprendre et apprécier la paix, il est important de connaître les horreurs de la guerre, qu'il ne faut pas ignorer ces images et que c'est notre devoir d'honorer ceux et celles qui sacrifient leur vie en comprenant ce qu'ils doivent affronter comme difficultés.

- In its Jan. 24, 1938 issue, LIFE stated its position on publishing pictures from the battlefield thus: "Americans' noble and sensible dislike of war is largely based on ignorance of what modern war really is. The love of peace has no meaning or stamina unless it is based on a knowledge of war's terrors. Only then, by contrast, can the benefits and blessings of the absence of war be fully appreciated and maintained. Dead men have indeed died in vain if live men refuse to look at them" LIFE still maintains that position. – ED.

Ces images héroïsent les soldats tout en documentant un côté obscur de la guerre qui est trop souvent censuré.

5.3.7 La guerre dans le Pacifique

Dans le Pacifique, les combats sont violents et les images médiatisées le démontrent bien. Les photographies qui proviennent de la région provoquent beaucoup de réactions de la part des lecteurs de LIFE : certains lecteurs sont dégoûtés alors que d'autres appuient la décision de publier des clichés macabres, brutaux et dérangeants. Pour sa défense, LIFE éprouve la nécessité de montrer la guerre comme elle se présente, sous tous ses angles. Cet argument masque une autre motivation : celle de persuader. Sontag considère que la photographie doit choquer pour être en mesure d'accuser et possiblement changer la conduite de son observateur efficacement¹⁷⁶. En plein milieu de la guerre, plusieurs mères perdent leurs fils, plusieurs jeunes hommes doivent partir en guerre; il est important alors pour la machine médiatique qu'est LIFE de continuer à promouvoir la nécessité de la guerre. Les mots expriment des opinions et des inflexions, mais les images matérialisent les non-dits et les appréhensions.

La réaction négative des lecteurs est compréhensible face aux images macabres : très peu d'images de guerre qui représentent aussi graphiquement la mort au combat et surtout des siens pendant la Première Guerre mondiale dans les journaux, les magazines, les livres et les films; la radio ne peut pas décrire n'ont plus ce type d'imagerie et la télévision n'existait pas. Les images macabres sont celles qui font couler le plus d'encre parmi les lecteurs. Très souvent, LIFE publie un commentaire négatif, un commentaire mitigé et un commentaire positif et parfois LIFE s'interpose.

¹⁷⁶ Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. New York : Picador. p.81.

La photo Geroge Stock qui accompagne l'éditorial « *Three Americans* » (Figure 5.3.7.1) présente le cadavre de trois soldats américains. Il est rare de voir dans les journaux et magazines des images de nos soldats tués en action de peur que ce genre d'images ait un impact négatif sur le moral de la population américaine. LIFE croyait plutôt le contraire et qu'il était même important de montrer le vrai visage de la guerre en mémoire de ceux et celles qui ont donné leur vie. L'éditorial défend sa décision de reproduire cette image dès son introduction :

The eye sees. the mind knows. The heart feels. But words do not exist to make us see, or know, or feel what it is like to make us see, or know, or feel like, what actually happens. The words are never right.

L'éditorialiste considère que pour comprendre ce qui se passe dans le Pacifique, il ne faut pas seulement en parler, mais il faut aussi le montrer. Selon LIFE, ces trois cadavres américains représentent le sacrifice pour la liberté que les Américains ont choisi de défendre. Les lecteurs de LIFE réagissent à l'article. Plusieurs militaires écrivent et apportent leur appui à la décision de LIFE de publier cette image :

11 octobre 1943
THREE AMERICANS

Sirs:

I want to compliment you on "Three Americans," in the Sept. 20 issue. It was a splendid way to bring home what is happening daily on the war fronts. I served in Guadalcanal and the real and only heroes of this war are the fine Americans lads who have made the supreme sacrifice for freedom and their homes.

Lieut. Clinton Kanaga
U.S.M.C.R.
San Diego, Calif.

Sirs:

Your Picture of the Week is a terrible thing but I'm glad that there is one American magazine which had the courage to print it.

Richard Foss
Kenilworth, Ill.

Sirs:

"Three Americans is the most inspiring thing I have read about war. Every soldier has fears and anxieties that he admits only to himself, and he doesn't quite realize what he is fighting for. The ordinary propaganda only makes him more cynical. This editorial is the first thing I read that gives real meaning to our struggle.

Pvt. Harry Nelson
Camp Shelby, Miss.

Évidemment, il y a aussi ceux et celles qui sont choqués de voir ces images et qui jugent que c'est purement pour du sensationnalisme et que ce genre d'image n'a pas sa place dans les médias :

Sirs:

May I make a strong protest against your Sept. 20th editorial, "Three Americans," and the picture which accompanies it. The fundamental principle for which we are supposed to be fighting is the dignity of man. Among man's dignities few are greater than that of a dying for his country. But pictures of mutilated corpses make a mockery of sacrifice. The War Department has made a grave mistake in permitting death to be held so cheap, LIFE has erred even more seriously in editorially masking morbid sensationalism with talk about the necessity of arousing people to the meaning of the war.

Lois Halsworth
New York, N.Y.

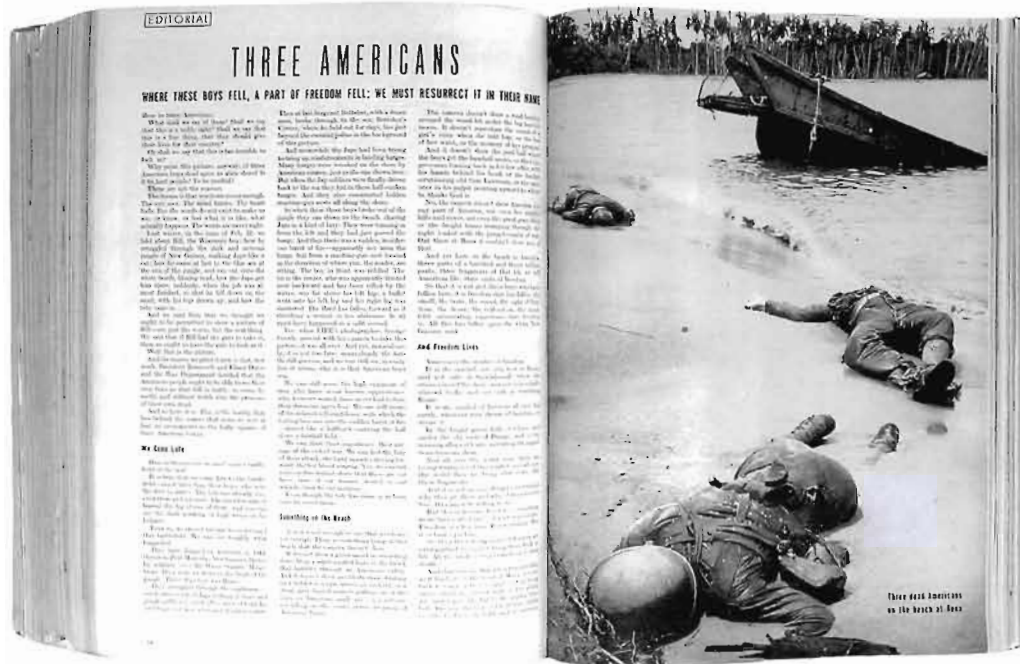


Figure 5.3.7.1 : « EDITORIAL – THREE AMERICANS, WHERE THESE BOYS FELL, A PART OF FREEDOM: WE MUST RESURRECT IT IN THEIR NAME »
20 septembre 1943 (p.34-35)

Même après les lettres, cette glorification des soldats qui ont sacrifié leur vie a été republiée de multiples fois par LIFE sans qu'elle ne tienne compte du désaccord de ses lecteurs¹⁷⁷.

L'ambiance paisible de la scène atténue l'acte de violence qui s'est produit. La photographie protège l'identité des défunts. Leurs visages étant cachés, il est impossible pour les familles de « reconnaître » leur propre fils tombé à la guerre. En

¹⁷⁷ Life (1946, 25 novembre). The Ten Years. Life, 22. p.119; Life Magazine (Ed.). (2004). *The Great Life Photographers*. États-Unis : Little, Brown & Company. p.553; Fox, R. (1996). *Camera in Conflict*. London : The Hulton Getty Picture Collection Limited. p.243; Life Magazine (Ed.). (2008). *The Classic Collection*. New York : Time Inc. p.54.

plus d'attirer la sympathie pour la cause, cette image permet d'alléger le deuil d'un être aimé.

5.3.8 Invasion de l'Italie

L'Italie est le premier pays parmi les forces de l'axe à subir la défaite. Les Britanniques et les Américains combattent les forces italiennes sur leur propre sol. Le Field Marshall Bernard Law Montgomery et le Général Georges S. Patton ont mené l'offensive : deux styles bien différents, mais tout aussi efficaces. Ils réussissent à pénétrer rapidement en Sicile par deux fronts. Par la suite, les alliés gagnent Naples et continuent leur campagne militaire sur le continent italien. Monte Casino était la dernière forteresse italienne à combattre avant d'atteindre Rome ce que les alliés réussissent à faire le 4 juin 1944.

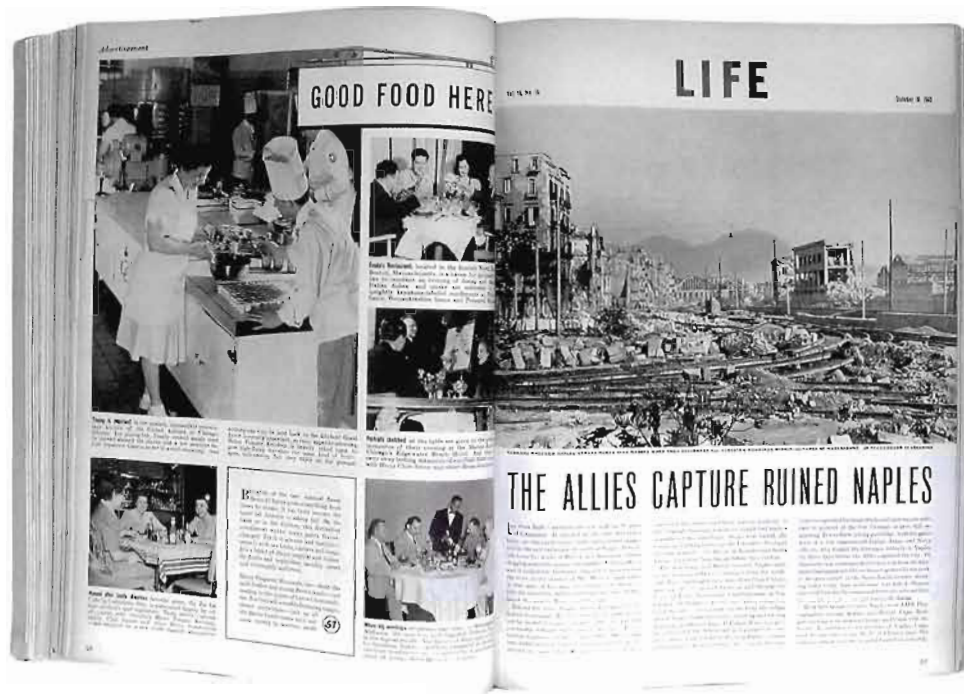


Figure 5.3.8.1 : « LIFE – THE ALLIES CAPTURE RUINED NAPLES »
18 octobre 1943 (p.26)

Cette image topographique de Naples décrit l'état des lieux lorsque les forces britanniques et américaines sont rentrées à la suite de leur victoire contre les Allemands qui tenaient la ville en otage. La photo de George Rodger (Figure 5.3.8.1) présente la condition désertique des lieux : les Allemands ont saccagé la ville et démoli certains lieux clefs. Les civils sortent de leurs abris souterrains et les enfants affamés rôdent dans les rues. Un des objectifs visés par cette image est de provoquer une certaine sympathie pour les Italiens libérés qui saluent l'arrivée des Alliées et désirent combattre avec eux. La reconstruction de Naples prendra des mois et la demande pour des médicaments, de la nourriture et des soins est pressante.

5.3.9 L'armée américaine

L'armée américaine livre le combat dans le Pacifique, en Europe et en Afrique du Nord. Les héros militaires refont surface après une longue période de paix et d'hésitation à embarquer au combat. Les noms de Patton, Eisenhower et MacArthur sont présents dans les pages de LIFE et deviendront des légendes après la guerre. Des divisions militaires recevront des éloges de LIFE. On remarque peu de critiques négatives de la part de LIFE pendant cette période contrairement à ce qu'on était habitué de lire et voir avant la guerre.



Figure 5.3.9.1 : « PATTON OF THE ARMORED FORCES, “Old Blood and Guts” leads U.S. troops in Morocco and pines to challenge Rommel to personal tank combat »
30 novembre 1942 (p.112-113)

Le portrait se traite aussi bien en texte qu'en image, ce que LIFE met en œuvre de diverses façons. LIFE a su s'entourer d'une équipe de photographes qui ont l'art de mettre en valeur des tempéraments, des qualités, des défauts et des imperfections au service d'un message et d'une position éditoriale défendant une idéologie qui s'est modifiée quant à ce qui a trait à l'effort de guerre américain. Pendant cette période, LIFE honore à tour de rôle ceux et celles qui contribuent au succès de l'armée américaine. La photo pleine page du Général Patton par Johnny Florea (Figure 5.3.9.1) glorifie ce personnage historique de l'armée américaine surnommé « *Old Blood and Guts* ». Reconnu pour son autorité, son audace et son langage cru, le Général est l'homme de la situation au Maroc et deviendra celui qui a chassé Rommel de l'Afrique du Nord. L'« image épидictique » du Général Patton utilise la figure d'amplification pour rendre hommage à cet illustre personnage : la photo en contre-plongée et l'espace qu'il occupe sur la page, rendent cet homme plus grand que nature. La juxtaposition avec le char d'assaut sur la page opposée renforce la magnification et cette impression de grandeur. La tête de Patton remplit un plus grand espace que le char d'assaut. Donc son jugement et sa vision sont plus grands, déterminants et écrasants que l'artillerie lourde.

5.3.10 Fierté et honneur

Avec la guerre, viennent les honneurs : les médailles pour les généraux, pour les assauts réussis, pour le courage et aussi pour les blessés. LIFE présente les héros, les défilés et les décorations militaires de façon informative et aussi par propagande américaine. Il est important au cœur du conflit de saluer ceux et celles qui se sacrifient et qui accomplissent des exploits importants.

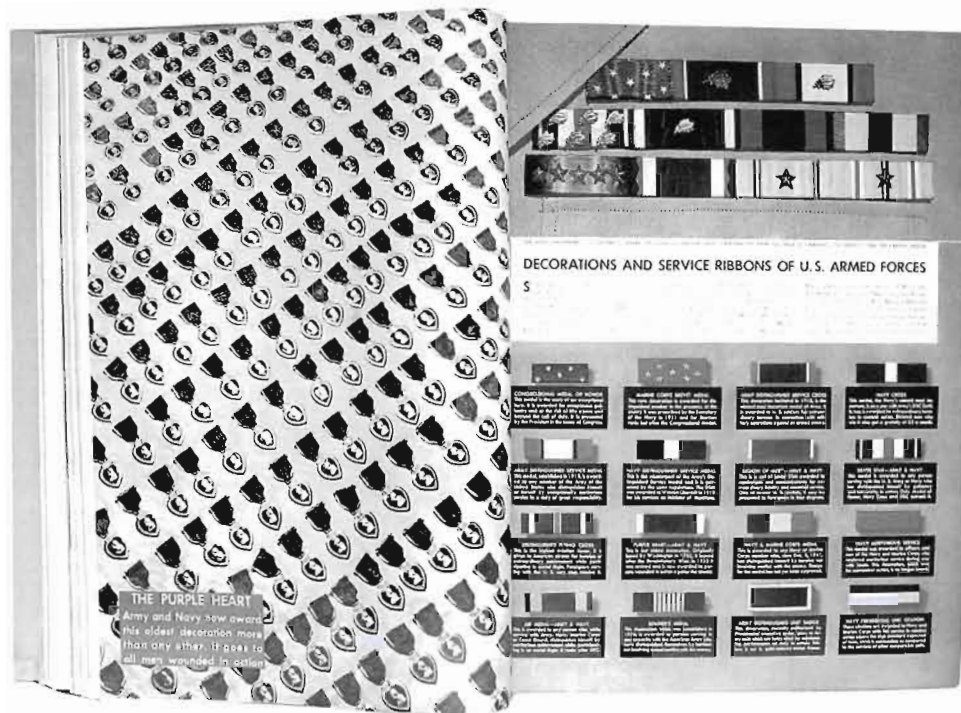


Figure 5.3.10.1 : « DECORATIONS AND SERVICE RIBBONS OF U.S. ARMED FORCES »
4 octobre 1943 (p.76-77)

Le 4 octobre 1943, LIFE publie une page remplie de médailles « *Purple Heart* » alignées impeccablement par le photographe de LIFE, Herbert Gehr (Figure 5.3.10.1). Cette médaille est remise à ceux et celles qui ont été blessés en action¹⁷⁸. La légende précise que c'est la décoration la plus ancienne à être remise. Cette présentation imposante de médailles donne au lecteur une idée du nombre de soldats blessés. Il est inutile de montrer précisément le nombre exact de médailles remises au moment de cette publication, le lecteur est alors apte à imaginer le nombre important d'invalides.

¹⁷⁸ La légende de la page ne mentionne pas que cette décoration est aussi décernée aux soldats tués en action : Military Order of the Purple Heart of the USA. (2007). History of the Medal. *The Purple Heart*. Consulté le 23 mars 2005 à partir de <http://www.purpleheart.org/Membership/Public/AboutUs/HistoryMedal.aspx>.

Cette accumulation de décorations qui débordent le cadre de la page n'a pas d'effet de surprise en soi : elle permet au lecteur de mieux saisir le sérieux de la situation. Cette photo évoque les pertes et les sacrifices, mais en affichant la récompense, elle met l'accent sur l'aspect glorieux et victorieux.

5.3.11 Science et stratégie militaire

LIFE emploie des façons ludiques pour expliquer certains aspects techniques de l'univers militaire. Autant les adultes que les enfants sont fascinés par les jeux de devinette, les simulations d'entraînement martial et la fabrication d'armements. Les lecteurs répondent souvent par écrit ce qui révèle un intérêt marqué pour ce genre d'article.

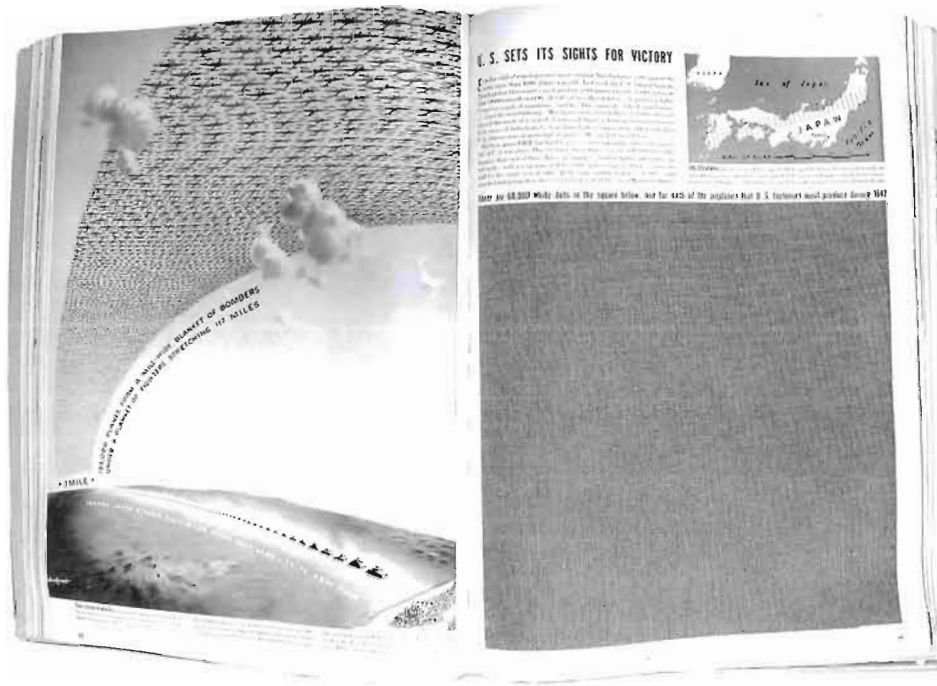


Figure 5.3.11.1 : « U.S. SETS ITS SIGHTS FOR VICTORY »
19 janvier 1942 (p.18-19)

Le 19 janvier 1942, LIFE publie un graphique qui a suscité la participation de plusieurs de ses lecteurs. Un moiré de 60000 points représente le nombre d'avions de guerre produit en 1942 par les usines américaines (Figure 5.3.11.1). Ce nuage de points noirs est une métaphore de la menace que représente l'aviation américaine par son nombre « incalculable » pour l'ennemi :

9 février 1942
60,000 Planes

Sirs:

You printed a cut (LIFE, Jan. 19), which is supposed to consist of 60,000 white dots representing the number of planes the United States will construct in 1942. After examination the cut carefully, I find that there are 61,225 white dots in it. This is small, but as planes it is no small matter.

Roy G. Gehrig
Rockville Centre, N.Y.

Sirs:

We regret to say that you were wrong by one dot. On our word of Honor, we went through mathematical processes finding 59,999 dots.

Saul Ladowitz
Seymour Goff
Murray Goff
Brocklyn, N.Y.

Sirs:

... There are actually 80,347 dots – 20,348 more than you say.

Frederick J. Roll
Queens Village, N.Y.

Sirs:

Actually there are only 17,150 dots in your square, and I counted every one.

Thurman Thomas
Chicago, Ill.

Cependant, comme le mentionne le lecteur suivant, avec le défi irrésistible de calculer chacun des points, peut-être que ce graphique aurait dû être destiné aux Japonais pour qu'à leur tour ils deviennent fous en comptant ces points :

Sirs:

I have just finished checking the square and find that it does contain exactly 60,000 dots. But why not send it to the Japs, to drive them crazy instead of us?

Henry H. Heins

Oneida, N.Y.

La présentation graphique inventive et pas toujours scientifiquement exacte des statistiques industrielles, militaires et sociales offraient aux lecteurs néophytes le malin plaisir de s'arrêter à un fait ou une donnée pouvant éventuellement les intéresser.

Dans l'article « *SPEAKING OF PICTURES* » du 22 mars 1943, Gjon Mili, pionnier de la photographie avec le flash électronique et le stroboscope, compare la façon dont le soldat doit affronter l'ennemi à celle du chat lorsqu'il chasse sa proie (Figure 5.3.11.2). Comme le chat qui s'approche de sa proie rapidement et silencieusement, le soldat doit en faire autant. Cette analogie ludique se termine avec un message agressif : « *BE A KILLER* ». Doit-on conclure que lorsque le soldat est en mode d'attaque, il se réduit à un niveau animal pour devenir un tueur? Le chat tue sa proie pour se nourrir alors que le soldat tue son ennemi dans l'intention de se défendre ou de conquérir... L'objectif de cet article n'était pas nécessairement de critiquer le soldat, mais plutôt de divertir : LIFE présente régulièrement des articles ludiques qui contrebalancent les articles éditoriaux à caractère plus sérieux¹⁷⁹. Il n'en demeure pas moins que cet article évoque la fable qui se termine toujours avec une leçon...

¹⁷⁹ Sur une note humoristique, l'article explique que Mili a dû se procurer un chat noir expressément pour cet article et qu'une fois la séance photo terminée, ce qu'il devait en faire.

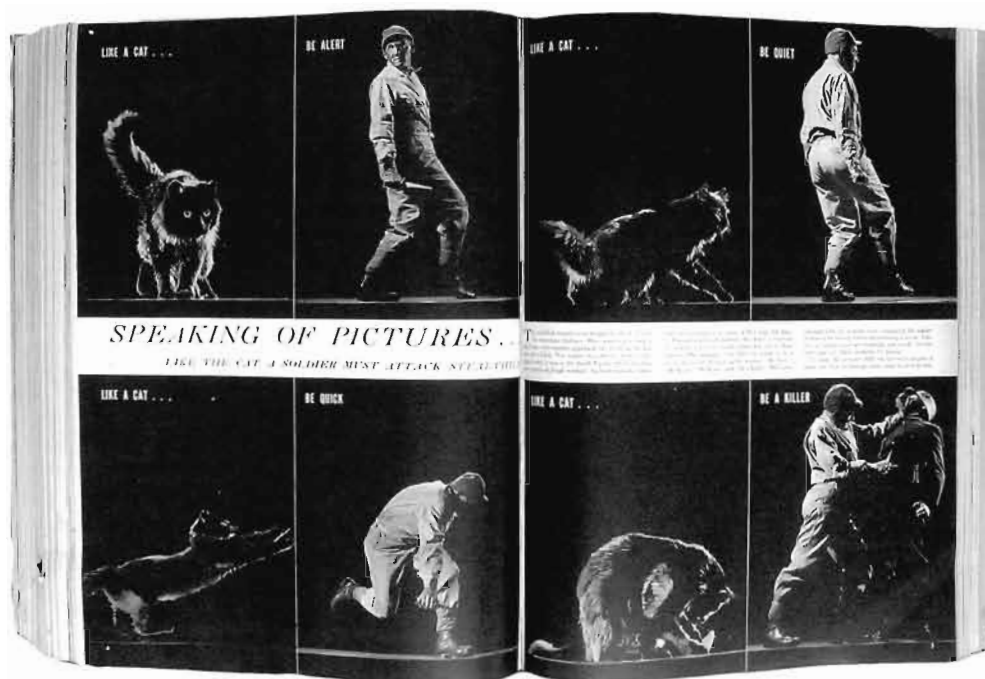


Figure 5.3.11.2 : « SPEAKING OF PICTURES... LIKE A CAT, A SOLDIER MUST ATTACK STEALTHILY »
22 mars 1943 (p.4-5)

5.4 Juin 1944 – Mai 1945

En Europe, le général Dwight D. Eisenhower exécute son offensive de débarquement en Normandie pour ainsi reprendre contrôle de la France et éventuellement de la Hollande et de la Belgique. Alors que sur le front à l'ouest de l'Allemagne, les Russes profitent de la retraite des forces allemandes de 1943-1944. Le 22 juin 1944, les Russes pénètrent dans le territoire polonais aussi loin que Varsovie grâce à une attaque massive de 1,5 million de soldats contre un demi-million d'Allemands dû à qu'une erreur stratégique de la part des Allemands qui craignaient une attaque russe sur les puits de pétrole en Roumanie.

La France et l'Italie fascistes tombent et leurs citoyens se révoltent contre ceux et celles qui ont aidé l'ennemi. Les Français expatriés qui combattent avec les alliés savourent leur victoire et se retrouvent sur leur terre natale. En quelque temps, les deux fronts, l'est et l'ouest se rejoignent en Allemagne où ils découvrent plusieurs hauts dirigeants nazis suicidés ainsi que leur invention de nettoyage ethnique : les camps de concentration.

En Asie, les Américains et les alliés s'approchent de la victoire, mais à un prix élevé en vies. Les Japonais ne cèdent aucunement et continuent à prouver qu'ils sont redoutables et n'éprouvent aucune pitié pour leurs prisonniers de guerre.

Pendant cette période, les photos de LIFE continuent à documenter l'action livrée sur le champ de bataille, à prouver les conditions inhumaines des prisonniers de guerre et à encourager la présentation des événements honorables et réjouissants. La qualité narrative des photoreportages continue à exercer une présence dans les pages de LIFE lorsqu'il s'agit des soldats américains et de leurs péripéties ainsi que des civils libérés et du traitement punitif qu'ils réservent à ceux et celles qui les ont trahis pendant l'occupation allemande.

5.4.1 Débarquement

Le 6 juin 1944, le jour J arrive finalement. Les alliées débarquent en Normandie. Ce n'est pas la première fois que les alliés tentent de débarquer en France — Dieppe fut un massacre où plus de 1500 soldats alliés furent tués et 2340 autres blessés ou capturés — mais cette fois-ci une stratégie de feinte permet aux alliés de percer une brèche et de combattre efficacement les Allemands. Les fameux clichés de Robert Capa saisissent la frénésie et l'action du débarquement de Normandie.



Figure 5.4.1.1 : « BEACHHEADS OF NORMANDY »
19 juin 1944 (p.26-27)

Dans « *Beachheads of Normandy* » (figure 5.4.1.1), LIFE démontre ce qu'est la guerre au cœur du conflit. Le photographe de cet article, Robert Capa documente le débarquement d'Omaha Beach du point de vue du soldat. Robert Capa a toujours préféré photographier tout en vivant l'expérience lui-même. Dans sa biographie *Slightly Out of Focus*, il raconte son expérience et ses impressions lors du débarquement sur le ton d'un acteur plutôt que d'un simple spectateur :

My beautiful France looked sordid and uninviting, and a German machine gun, spitting bullets around the barge, fully spoiled my return. The men from my barge waded in the water. Waist-deep, with rifles ready to shoot, with the invasion obstacles and the smoking beach in the background I stood on the gangplank to take my first real picture of the invasion. The boatswain, who was in an understandable hurry to get the hell out of there, mistook my picture-taking attitude for explicable hesitation, and helped me make up my mind with a well-

aimed kick in the rear. The water was cold and the beach still more than a hundred yards away. The bullets tore holes in the water around me, and I made for the nearest steel obstacle. A soldier got there at the same time, and for a few minutes we shared its cover. He took the waterproofing off his rifle and began to shoot without much aiming at the smoke-hidden beach. The sound of his rifle gave him enough courage to move forward, and he left the obstacle to me. It was a foot larger now, and I felt safe enough to take pictures of the other guys hiding just like I was.¹⁸⁰

L'esthétique floue de certaines images amplifie l'ambiance frénétique du moment : les soldats sont hors foyer, les visages estompés et l'atmosphère brumeuse. Ces photos ont une apparence plutôt mémorielle que documentaire à cause de leur manque de netteté. Peu importe, elles sont la meilleure source documentaire produite de l'événement.

Par la juxtaposition des photographies sur les deux pages, celles-ci se fondent l'une dans l'autre grâce à la ligne d'horizon qui continue d'une page à l'autre. On pourrait croire que les quatre photos, qui captent différents moments du débarquement, se fusionnent pour n'en devenir qu'une seule. Ainsi, notre regard se promène d'une photo à l'autre sans qu'il y ait de découpage et finalement se perd dans cette mer où des soldats tentent de survivre. De plus, la juxtaposition crée une impression de spatialité et de temporalité qui permet au lecteur de s'immerger dans cet univers créé par les images photographiques. Avec des photos aux prises de vue multiples telles de dos, de face, de côté, nous avons le sentiment que le photographe est partout à la fois. De plus, le fait de nous présenter des photos de groupe, des photos d'individus et des points de vue rapprochés et éloignés, nous donne l'impression d'une temporalité : d'un avant, un pendant et un après. Pour renforcer l'effet d'immersion, le lecteur doit juger que ce qui est présenté est réel.

¹⁸⁰ Capa, R. (1999). *Slightly Out of Focus*. New York : Modern Library.

Le photographe amène l'action au lecteur de 1944 en présentant des prises de vue rapprochées qui offrent un effet de proximité impressionnante. En regardant les photos, nous pouvons croire que le photographe serait capable de toucher les soldats ou d'être potentiellement touché par une balle de mitrailleuse. Cette proximité accentue le réalisme et en conséquence établit son authenticité. De plus, dans la première photo de la page de gauche, Capa photographie les soldats de dos. Cette prise de vue nous indique que le photographe était derrière eux et qu'il les suivait au moment du débarquement. Cette photo confirme sa présence lors de l'événement et assure l'authenticité du photoreportage.

Il était important pour LIFE de pouvoir documenter et publier l'événement rapidement. Robert Capa n'était pas le seul photographe présent ce jour-là, mais il est celui qui a pris les photos les plus mémorables et les plus proches de l'action. Étant donné le grand nombre de lecteurs de LIFE, il est évident que ces clichés devinrent rapidement les images de référence pour plusieurs milliers d'Américains.

De la prise de la photo jusqu'à sa publication, les films et les photographies passent entre les mains de plusieurs personnes. LIFE fut chanceux de pouvoir publier ces images, car des trois rouleaux de film pris au moment du débarquement seulement huit clichés ont survécu¹⁸¹. La plupart ont été perdus à cause d'une erreur de manipulation de la part du technicien de développement de film : trop anxieux de voir les images, il s'empressa de sécher les négatifs fraîchement développés ce qui entraîna la fonte des pellicules. Le photographe ayant risqué sa vie pour obtenir ces images, on peut imaginer l'ampleur de la perte et sa déception si ses efforts surhumains avaient été anéantis à cause d'une erreur humaine aussi bête.

¹⁸¹ Leier, M. (Ed). (1999). *Notre siècle en images*. New York : Éditions Solar. p.168.

Plusieurs photographies furent prises dans le feu de l'action, mais celles-ci se démarquent par l'immédiateté de l'action présentée et les effets de participation qu'elles produisent. La force et la détresse qui s'en dégagent font de ces photographies des images historiques de la Seconde Guerre.

5.4.2 Fin de l'Italie et de la France fascistes

En Italie et en France, la population se révolte contre ceux et celles qui ont côtoyé intimement les militaires et les autorités nazis. Les civiles ont pris en main cette charge de punir physiquement et psychologiquement les délateurs et les prostituées ainsi que de rétablir la démocratie dans leur municipalité. Ce phénomène était aussi répandu dans les pays scandinaves et en Yougoslavie.

La photographie de la femme vêtue de noir qui se fait couper les cheveux par des hommes est l'une de celles-ci (Figure 5.4.2.1). L'article « *Corsicans Punish Traitorous Women* » explique que trois femmes ont été reconnues coupables de prostitution avec les nazis. En plus de se faire couper les cheveux ras, elles ont été dérobées et ont dû marcher nues dans la rue. Cette photo épictique présente l'angoisse de la femme et la satisfaction des hommes. L'image provenant de Pictures Inc. fait plus que documenter; elle narre un événement malheureux : celle de l'humiliation publique d'une femme. LIFE présente cette histoire non pour que nous ayons pitié de cette femme, mais bien pour présenter une réalité qui est celle de pays qui ont été conquis et qui recouvrent leur liberté et punissent ceux et celles qui ont aidé l'ennemi et profité de son pouvoir au lieu de rester solidaires des compatriotes.



Figure 5.4.2.1 : « CORNICANS PUNISH TRAITOROUS WOMEN, After trial at village crossroads three women are shorn and stripped »
17 juillet 1944 (p.33)

5.4.3 Célébrations

Avec la réussite du débarquement de Normandie, la libération de Paris et la défaite de l'Allemagne et de l'Italie, les alliés ont plusieurs raisons de célébrer. Cette joie se vit par la parade, l'embrassade et la fête. Les citoyens libérés s'abandonnent à la fête. Pour plusieurs peuples — Français, Belges et Hollandais — cette libération signifie la fin de la famine et de l'oppression. Les militaires sont courtisés, ce qui cause parfois des réactions de jalousie de la part des lectrices de LIFE lorsque des images dévoilent des fêtes où l'on voit des soldats américains célébrant accompagnés d'admiratrices.

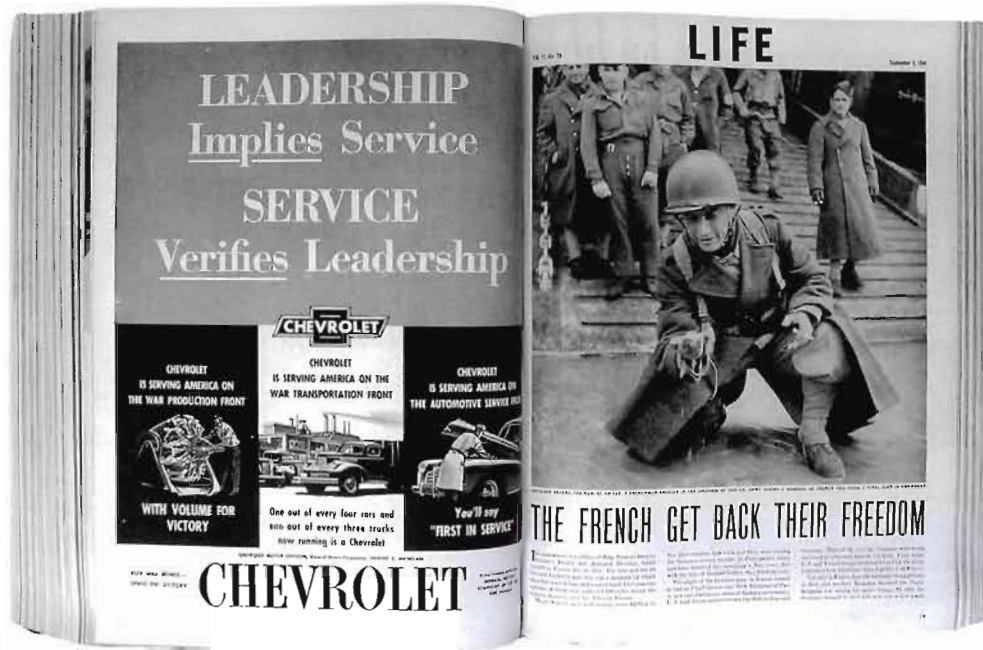


Figure 5.4.3.1 : « LIFE – THE FRENCH GET BACK THEIR FREEDOM »
4 septembre 1944 (p.19)

Ralph Morse photographie un soldat français en uniforme américain (Figure 5.4.3.1). Le délire qu'il éprouve à retrouver sa terre natale est représenté par cette métaphore de la prise de la terre qu'il ramasse d'un marais. Son plaisir tactile à laisser le sable glisser entre ses doigts est ressenti par les lecteurs de LIFE :

2 octobre 1944
SPIRIT OF FRANCE

Sirs:

Ralph Morse has captured the real essence of the true spirit of France (LIFE, Sept. 4) with his picture of the kneeling Frenchman in U.S. uniform, the mud of France trickling through his fingers, the rapt serenity on his face easing its tired lines, holding in his hand a symbol of all things which make life dear to him – those things which were ruthlessly swept from his grasp four years ago. To me there could not be a more fitting symbol for the retaking and liberation

of France, the relationship and unity of purpose between nations than this Frenchman in American uniform getting back his handful of freedom.
 Mrs. WM. A. Springer
 Aspemont, Texas

La célébration ne se manifeste pas obligatoirement par des parades et des défilés, elle peut être simplement la représentation d'une personne qui renoue avec quelque chose d'aussi élémentaire : le sol qu'il a connu, qu'il a dû quitter et qu'il a reconquis. En mettant en contexte le titre — « *The French Get Back Their Freedom* » — avec l'image, la terre devient symbole de liberté qu'un individu peut matérialiser et prendre entre ses mains.

Pour les Américains, le fait que le soldat français porte la tenue vestimentaire militaire américaine symbolise aussi qu'ils ont contribué à son renouement avec la liberté. Le rôle libérateur que les Américains espéraient voir au début de la guerre s'est concrétisé et ce moment se manifeste par cette photo épидictique.

5.4.4 Descente aux enfers de l'Allemagne

Avec l'arrivée du 8^e Corps d'armée russe à Berlin, les nazis reconnaissent que la guerre est terminée. Pour plusieurs chefs nazis, ceci ne représente pas seulement une défaite, mais l'humiliation. Plusieurs suivent l'exemple d'Hitler et de Goebbel en se suicidant alors que d'autres préfèrent se rendre à l'ennemi et faire face à leur destin.



Figure 5.4.4.1 : « END OF WAR – SUICIDES,
NAZIS GO DOWN TO DEFEAT IN A WAVE OF “SELBSTMORD” »
14 mai 1945 (p.32-33)

Les photographies lugubres de Margaret Bourke-White dans « *End of War* » (Figure 5.4.4.1) documentent la solution que plusieurs chefs nazis ont préférée à la capitulation : le suicide collectif. Non seulement se sont-ils suicidés, mais ils ont aussi supprimé leurs conjointes et leurs enfants. L'ingestion de cyanure est une méthode populaire alors que d'autres préfèrent s'enlever la vie avec le pistolet. Peu importe comment, ces gens préféraient mourir plutôt que de vivre dans un monde où le nazisme ne serait plus la doctrine gouvernante ou encore d'assumer les conséquences de leur responsabilité face à tant d'atrocités. Ces images épидictiques ultimes des nazis présentent la destinée de plusieurs d'entre eux. La répétition de la

scène par les différents angles amplifie le sentiment d'inconfort de la situation surtout lorsqu'on aperçoit la photo pleine page des enfants.

5.4.5 L'armée américaine

LIFE continue de présenter les soldats américains comme étant braves, robustes et sublimes. Cependant, LIFE présente aussi les soldats américains comme étant des martyrs : ils sont soit torturés ou tués gratuitement, ils doivent survivre aux pires conditions autant dans le désert de l'Afrique du Nord que l'hiver dans les Ardennes en Belgique, ils doivent subir des interventions chirurgicales atroces ou mourir indignement sur les champs de bataille. Tant que la guerre n'est pas terminée, il est important pour LIFE d'obtenir toute la sympathie possible du public pour appuyer la cause militaire.

Les images morbides et sinistres des prisonniers de guerre américains assassinés par les nazis dans l'article « *Murder in the Snow* » (Figure 5.4.5.1) provoquent de la colère et le désir de vengeance, surtout lorsque nous apercevons le casque avec le symbole de la Croix-Rouge. La répétition du sujet par trois photographies nauséabondes de Johnny Florea, photographe de LIFE, communique efficacement le sentiment accablant qu'ont dû éprouver ceux qui ont découvert ce carnage : elle simule l'épisode de la trouvaille en débutant avec une image d'ensemble pour aboutir, par un effet d'agrandissement d'une portion du champ de bataille dévasté, sur une image qui scrute un seul cadavre. Cette suite logique d'images a pour effet d'amplifier le drame.



Figure 5.4.5.1 : « MURDER IN THE SNOW, Americans find a field of horror where Germans shot U.S. prisoners »
5 février 1945 (p.26-27)

Contrairement à plusieurs publications, LIFE ne se gêne pas de publier des photos d'Américains défunts à condition que celles-ci provoquent de la sympathie pour la cause ou de la rancune contre l'ennemi. Dans le cas présent, l'intention de LIFE était de prouver que les États-Unis avaient eu raison de mener cette guerre contre une nation cruelle et ces photos confirment leur culpabilité.

5.4.6 Duel dans le Pacifique

Dans le Pacifique, le général Douglas MacArthur devient en 1942 le Commandant suprême des forces alliées dans la guerre contre le Japon. Il est en charge de l'invasion du Japon. Pour atteindre son but, il doit défendre premièrement les Philippines, contrôler Saipan et Guam, gagner le contrôle de Burma, libérer Borneo et conquérir les Îles Ryukyu. Les batailles d'Okinawa et d'Iwo Jima ont permis aux forces alliées de se positionner pour livrer le coup de grâce au Japon.



Figure 5.4.6.1 : « END OF WAR – PACIFIC WAR, SAVAGE BATTLES CONTINUE AS EUROPE'S PEACE COMES »
14 mai 1945 (p.96-97)

La photo de W. Eugene Smith publiée dans « *End of War* » montre un soldat allié quelques secondes avant son exécution (Figure 5.4.6.1). Cette publication arrive à un moment opportun : la guerre en Europe est officiellement terminée et celle du Japon perdue. Il est important, selon LIFE, de continuer à inciter l'appui des lecteurs américains pour cette guerre. La meilleure façon, comme nous l'avons constaté précédemment, c'est par la publication d'images qui sollicitent notre attention et qui provoquent la haine pour l'ennemi et ses actes abominables. Certains lecteurs applaudissent à ce genre de reportage alors que d'autres préfèrent ne pas voir ces images atroces :

4 juin 1945
TWO PRISONERS

Sirs:

Why, oh why, did you have to print that picture?... The truth of the atrocity is there and can never be erased from the mind of the American people, but why can't we be spared some of it? The stories are awful enough but I think the pictures should be retained for records and not shown to the public.

Marion R. Lieder
Hollis, N.Y.

Sirs:

LIFE's picture is one of the greatest to come out of the war, in my opinion for it typifies the courage and strength of our fighting forces. Men who can face death with the calm and poise that this man displays can never be defeated. They are truly on God's side.

Mrs. Norman W. Howard
Binghamton, N.Y.

Cette image épictique reflète le courage des alliés et la cruauté des Japonais. Nous pouvons même remarquer le sourire qu'affiche un Japonais parmi ceux qui observent la scène. Montrer le résultat de la décapitation n'est pas nécessaire, car l'anticipation est plus forte. Nous savons comment l'exécution se terminera, mais la contenance de l'exécuté est ce qui est intéressant à connaître : son calme et son courage sont inspirants pour plusieurs lecteurs qui vivent avec la peur que l'un des leurs ait à vivre cette situation.

5.4.7 Science et technologie de la guerre

La technologie de guerre continue à progresser ainsi que celle de la photographie. La photographie stroboscopique et les pellicules qui permettent de filmer à haute vitesse offrent de nouvelles possibilités au photographe pour prendre en photo de nouveaux sujets et pour étudier des phénomènes qui sont simplement impossibles à voir à l'œil nu.

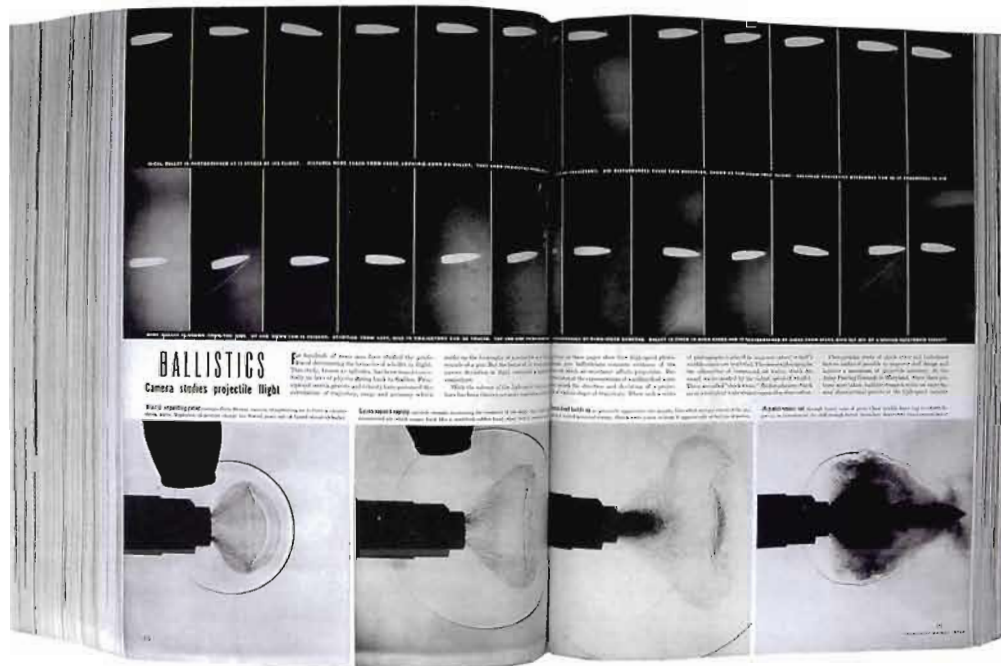


Figure 5.4.7.1 : « BALLISTICS, Camera studies projectile flight »
12 juin 1944 (p.62-63)

L'article « *Ballistics* » présente une étude photographique du Ballistics Laboratory, U.S. Army Proving Ground (Figure 5.4.7.1). Une série de vingt-cinq images d'un même projectile qui traverse l'air et qui est affecté par la turbulence. Une autre série

de quatre images montre comment le projectile explose d'un baril de 20mm. Chaque étape est accompagnée d'une description. Cet article pédagogique démontre un phénomène physique – l'inertie, la gravité et la vitesse – et en même temps démontre comment la photographie peut venir en aide à la science. Les améliorations technologiques de la photo ont rendu cet exercice possible : la caméra haute-vitesse de Eastman Kodak des années 1930 pouvait filmer jusqu'à 1000 images/seconde alors que Fastax de Bell Labs pouvait atteindre les 5000 images/seconde.

La juxtaposition d'images en série permet au lecteur de visualiser le sujet comme un film : le facteur temporel est présent, quoiqu'il soit saccadé, et la compréhension du phénomène est plus accessible que si le lecteur l'observait en temps réel. Cette façon de présenter « pédagogiquement » les phénomènes physiques reliés aux matériaux de guerre permet une vulgarisation des armes auprès des lecteurs. L'article évite la finalité de l'action – on ne nous présente pas comment le projectile va abattre l'ennemi – et demeure divertissant.

5.5 Mai 1945 – Décembre 1946

LIFE joue un rôle important dans la documentation et la présentation de preuve des camps de concentration nazis et de leurs tueries : le pouvoir d'authenticité de la photographie se trouve à son apogée. Les États-Unis finissent par vaincre l'empire japonais. Le coup de grâce se réalisa à l'aide de deux bombes atomiques. Plusieurs historiens croient que ce drame aurait pu être évité, car le Japon était sur le point d'accepter la défaite malgré la résistance de certains généraux japonais. Hiroshima fut la première cible le 6 août 1945 et Nagasaki suivit le 8 août 1945. L'empereur Hirohito capitule le 12 août 1945 et les Alliés acceptent les termes d'une reddition

coopérative. C'est le 2 septembre 1945 à bord du cuirassé Missouri dans la baie de Tokyo que MacArthur accueille Hirohito et accepte la reddition officielle du Japon.

Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, les Britanniques et les Américains ont peu de sympathie pour les Japonais suite à la bombe atomique, car le traitement barbare des Japonais envers les prisonniers de guerre et des citoyens captifs était bien connu grâce aux presses, comme LIFE, qui ont publié les images horribles des actions japonaises : famine, tortures et exécutions publiques.

Cette période marque aussi le début du retrait des forces américaines en Europe qui se fait très lentement. Avec la fin de la guerre, la population américaine désirait que les troupes retournent rapidement au sein de leur famille. Les États-Unis avaient investi 85% de leurs ressources militaires et de leur personnel en Europe comparativement à 15% de leurs effectifs déployés en Asie.

Finalement, cette époque se termine avec l'exécution des chefs nazis. Contrairement à la presse britannique, LIFE ne se gêne pas pour publier leur exécution. LIFE jugeait qu'il était important de montrer ces images à la mémoire des innocentes victimes qui ont péri à cause de ces onze hommes.

5.5.1 Camps de concentration

Avec la défaite de l'Allemagne, les alliés découvrent des camps de concentration et des camps d'extermination à Auschwitz-Birkenau, Bełżec, Chełmno, Janowska, Jasenovac, Majdanek, Maly Trostenets, Sobibór et Treblinka. Réalisant l'importance de ces atrocités, les alliés documentent les sites, les victimes, les rescapés, l'état des lieux, etc. pour éventuellement utiliser ces preuves contre les responsables.



Figure 5.5.1.1 : « ATROCITIES, CAPTURE OF THE GERMAN CONCENTRATION CAMPS PILES UP EVIDENCE OF BARBARISM THAT REACHES THE LOW POINT OF HUMAN DEGRADATION »
7 mai 1945 (p.32-33)

Margaret Bourke-White arriva au camp de concentration de Buchenwald avec la 3^e armée américaine du Général Patton (figure 5.5.1.1). Ce dernier commanda à la police militaire d'aller chercher les habitants du village non loin des lieux pour qu'ils puissent témoigner des horreurs que leurs dirigeants nazis avaient commises. La police militaire revint avec deux mille personnes. Margaret Bourke-White réussit à photographier la scène avec un certain recul. Son appareil photo servit de barrière entre elle et l'horreur.

I saw and photographed the piles of naked, lifeless bodies, the human skeletons in furnaces, the living skeletons who would die the next day... and tattooed skin for lampshades. Using the

camera was almost a relief. It interposed a slight barrier between myself and the horror in front of me.

Le 5 mai, le général Dwight D. Eisenhower est témoin de ces camps de concentration. Dans un télégramme qu'Eisenhower adresse à Washington, il dit : « Nous découvrons sans cesse des camps allemands dans lesquels sont détenus des prisonniers politiques et où règnent des conditions indescriptibles. Étant donné ce que j'ai vu de mes propres yeux, je peux déclarer sans équivoque que tous les comptes rendus écrits jusqu'à maintenant ne rendent pas compte de la pleine horreur. »¹⁸²

L'article de six pages de LIFE présente les photographies horribles de Margaret Bourke-White. Laurent Gervereau, écrivain et président de l'Institut des images et l'Association internationale des musées d'histoire, dit de cet article que « jamais la presse à grand tirage n'avait montré des images d'une telle violence »¹⁸³. Les rangées de cadavres et de corps squelettiques ne peuvent laisser une personne indifférente, comme le prouvent les lettres ouvertes des lecteurs de LIFE :

28 mai 1945
ATROCITIES

Sirs:

May I suggest that LIFE have its atrocity photographs (LIFE, May 7) blown up to mural size and that they be used to adorn the walls of the room in which the peace conferences which shall determine the fate of Germany are held?

Jane C. Pales
Rochester, N.Y.

Sirs:

I wish to protest the publications of such atrocity pictures as being detrimental to clear thinking about peace. All know the Germans committed atrocities. People take it into consideration when they judge the history of the Third Reich. Added to its other crimes the conclusion is manifest – that another Third Reich must be prevented in order to safeguard humanity in the future. The problem is cut out for the peace-makers. Right reason alone will find the correct solution. Yet how can right reason prevail at any gathering where emotions

¹⁸² Gervereau, L., *Op. cit.*, p.129.

¹⁸³ *Ibid.*, p.129.

that distort perspective and goals and present personal revenge as the only satisfactory means to peace? ...

Alan Schutz
St. John's College
Annapolis, Md.

Sirs:

As a mother of an American prisoner of war who died at the age of 18 years and six months in a German prison camp, I fully realize how important it is to publish such pictures. These things have got to be shown. The world has to know that these things were not dreamed up by newsmen but actually happened. If they are not known, many German criminals will escape the punishment they merit because of people who cannot believe that any human could be as cruel as were the German guards of those prisons. The pictures are hard to take – they tear your heart out, I know, and make you so mad you can't see. That's what they're supposed to do, to keep us in there pitching until the end of this war. If my son could stand a German camp for three months I can stand looking at pictures which tell the truth, so that his death may be avenged properly. The war is over in Germany, but I'd have to think Billy's tormentors escaped what was coming to them. Whitewashing the issue will breed a gentle feeling for a defeated people, and the very cause for which Billy and his comrades died will also be defeated.

Geane Sutherland
Oakland, Calif.

Sirs:

Maybe it would be well to make a memo right now to rerun those pictures in 1965... on the 20th anniversary of V-E Day. We are such forgetful people!

Harry Clatfelter
Peoria, Ill.

La publication de ces photos va au-delà du sensationnalisme; ces photos confirment que les camps de concentration nazis existaient et que des actes inhumains s'y exécutaient contrairement à ce que la propagande nazie tentait de nier. Techniquement, le camp de concentration de Bauchenwald n'était pas un camp d'extermination, mais plus de 33 000 personnes ont péri selon les documents retrouvés sur les lieux. Parmi les 239 000 prisonniers, on retrouva Édouard Daladier, ancien Premier ministre de France, ce qui démontre que nul n'était à l'abri.

La répétition ordonnée ou désordonnée des cadavres et les amoncellements des corps en putréfaction retrouvés ici et là s'accumule page après page (figure 5.5.1.2). Cette accumulation se transforme en une hyperbole, non par l'exagération, mais bien par le

choc émotionnel que provoquent ces images. Les cadavres sont difficilement identifiables et la masse de corps empilés semble donner une impression d'anonymat. Pour la plupart des victimes, leurs visages demeurent cachés, effacés ou à peine perceptibles. Cependant, le visage de certains s'offre à nous tel un témoin qui nous interpelle et nous saisit. Avant de déserrer les lieux, les nazis ont mis les flammes à un entrepôt à Gardelegen en Allemagne où se trouvaient pratiquement mille prisonniers politiques. Les nazis désiraient ne laisser aucune trace de leurs activités, cependant ils ont légué beaucoup plus qu'ils ne croyaient. Au total, il y eut 150 personnes incendiées et leur état physique pitoyable raconte leur tragédie. Dans l'une des images, nous observons un prisonnier qui tente de fuir les flammes en essayant de glisser sous les murs de bois du bâtiment. Un autre est simplement accroupi auprès d'un bidon d'eau. Plusieurs sont affreusement empilés. À Nordhausen, plus de 3000 esclaves qui fabriquaient de missiles V-1 et V-2 sont retrouvés sans vie. La présentation des images dans des cadres verticaux renforce l'effet de compartimentation des victimes. De plus, le cadrage serré des sujets augmente les sentiments d'étouffement et d'oppression des lieux. Dans la dernière image, la photo se concentre sur deux gardes allemands qui tentent de déplacer le corps d'un défunt. Toutefois, ce qui attire notre attention ce sont les corps indiscernables et hors foyer qui sont empilés comme de la charogne.

« L'image est un témoignage, non une preuve » selon Gervereau¹⁸⁴. Ces images ne sont pas belles à voir, cependant le geste est nécessaire comme l'explique LIFE : « *Dead men will have indeed died in vain if live men refuse to look at them.* ». La documentation photographique des lieux était primordiale pour pouvoir amener les responsables en justice. Ces images documentaires remplissent trois types de fonctions : prouver que les nazis ont accompli des actes immoraux de tueries et de

¹⁸⁴ *Ibid.*, p.131.

tortures, blâmer et condamner leurs actes immoraux et finalement solenniser les victimes.



Figure 5.5.1.2 : « ATROCITIES »
7 mai 1945 (p.34-37)

5.5.2 Fin de la guerre dans le Pacifique

La guerre terminée en Europe, l'attention médiatique se concentre sur la guerre dans le Pacifique. Les victoires américaines sont durement gagnées, les prisonniers de guerre font connaître le régime de vie qui leur a été imposé par les Japonais, les kamikazes japonais sont plus nombreux et les Américains redoublent leurs ardeurs. Quoiqu'il y ait espoir que la guerre se termine, les médias américains continuent à promouvoir la propagande anti-japonaise, à diffuser des images horribles et à glorifier les soldats américains qui continuent à combattre dans une guerre sanglante.



Figure 5.5.2.1 : « LIFE – AMERICANS BATTLE FOR OKINAWA, A LIFE photographer records the working day of a foot soldier who helped win the island from the Japs »
18 juin 1945 (p.19)

La photographie-vedette de l'article « *Americans Battle for Okinawa* » de W. Eugene Smith présente un soldat américain qui dépose son arme le temps de s'allumer une cigarette (Figure 5.5.2.1). Okinawa est un bastion japonais important et sa conquête dictera l'avenir de guerre. Tous les efforts navals et aériens américains sont mis en œuvre. Cet article présente une journée dans la vie d'un soldat américain. Dans l'espace de vingt-quatre heures, le journaliste de LIFE suit un soldat américain à travers sa corvée. Cependant, le rôle du protagoniste et de l'adjuvant s'inverse lorsque le photographe est gravement blessé lors d'une attaque japonaise.

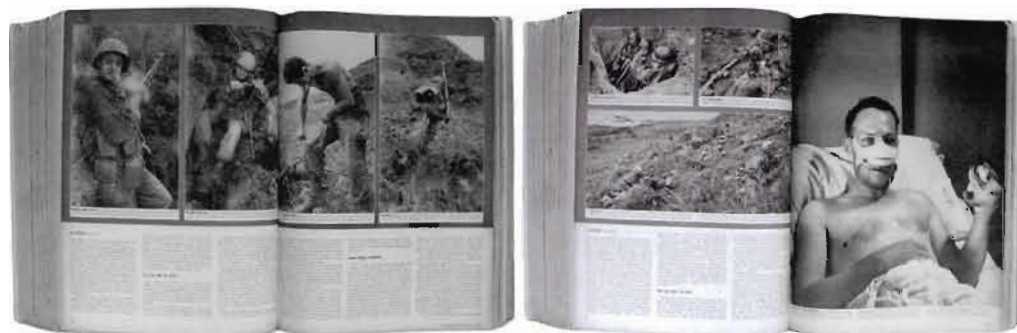


Figure 5.5.2.2 : « 24 HOURS »
18 juin 1945 (p.20-23)

L'article se termine avec une image poignante du photographe blessé à la main et au visage par un fragment d'obus (Figure 5.5.2.2). Cet article et les images épидictiques reflètent le courage de deux personnes face au danger qui les attend. Nous sommes en présence d'une ellipse : jamais on ne voit le danger, mais il est présent entre le travail que le journaliste effectue et son sort. La force de cet article est sa qualité narratrice par son emploi d'une série d'images qui individuellement peuvent suffire, ensemble elles nous offrent un périple aventureux et une remarquable histoire journalistique.

5.5.3 Le Japon et la bombe atomique

Le 6 juin 1945, une superforteresse B-29 américaine survole Hiroshima et la bombarde avec « *Little Boy* », une bombe atomique de 4000 kg. Le 9 juin suivant, c'est au tour de Nagasaki d'être bombardé, cette fois-ci c'est « *Fat Man* », une bombe atomique de 10 200 kg. La bombe atomique est le résultat d'une recherche américaine : le Projet Manhattan. Le projet était dirigé par le professeur Robert Oppenheimer et regroupa des chercheurs américains, britanniques, canadiens et

européens. Le résultat de la bombe atomique — un nuage en forme de champignon — devint une icône dès sa première publication.



Figure 5.5.3.1 : « HIROSHIMA, ATOM BOMB NO. 1 OBLITERATED IT / NAGASAKI ATOM BOMB NO. 2 DISEMBOWELED IT »
20 août 1945 (p.26-27)

LIFE publie le 20 août 1945 deux photographies de l'U.S. Signal Corps : le nuage nucléaire du bombardement de Hiroshima et celle de Nagasaki (Figure 5.5.3.1). Les images sont accompagnées de titres accrocheurs, rudes et secs : « *Obliterated* » - effacé - et « *Disemboweled* » - éviscéré. Les photos documentent et les mots reflètent l'intensité et la violence de l'acte. La comparaison des deux explosions amplifie la courte durée entre les deux – soixante-quinze heures – et la sévérité de l'action – deux bombardements furent nécessaires pour obtenir une capitulation lorsqu'une seule aurait dû suffire.

LIFE présente également le résultat de la destruction (Figure 5.5.3.2). Sur la dernière image de la série, nous pouvons observer que le sol au centre de Hiroshima est lisse et estompé. La comparaison « avant et après » des deux images permet d'attester de la force destructrice de l'unique bombe. Le lecteur est confronté à une ambivalence d'émotions dont l'euphorie (l'ennemi est enfin vaincu) et la dysphorie (les victimes totalisent 100 000). Un malaise social incontestable se vit encore, soixante ans après l'attaque.



Figure 5.5.3.2 : « WAR'S ENDING »
20 août 1945 (p.28-31)

5.5.4 Célébrations

Plusieurs images de célébration sont publiées quoiqu'elles ne soient pas comparables au volume d'images qui sont destinées aux photos de guerre où la mort et la douleur sont omniprésentes. Ces images de parades, d'embrassades et de drapeaux qui s'agitent sont les bienvenues.



Figure 5.5.4.1 : « EISENHOWER COMES HOME »
2 juillet 1945 (p.16-17)

Le général Eisenhower est accueilli par 4 000 000 de New Yorkais à son retour aux États-Unis à l'été de 1945. Debout dans la voiture qui le promène, Eisenhower est photographié par William C. Hilbert avec ses bras dans les airs pour saluer la foule (Figure 5.5.4.1). La force de cette photo réside dans son pouvoir mythographique : l'angle des bras peut aussi être interprété comme le « V » de victoire, un symbole fortement utilisé dans les affiches de propagande et popularisé par Winston Churchill.

Lorsque nous observons la page de gauche, la présence de la foule de spectateurs est multipliée par les confettis de papiers qui flottent et se baladent dans les airs. Cette ambiance de fête et de réjouissance dans la rue contraste en comparaison avec la célébration de la page de gauche qui est située à l'intérieur d'un stade où les gens semblent aussi heureux, agités et nombreux, mais plus posés simplement à cause de

l'absence de confettis. La répétition chaotique des petites rondelles de papier accentue l'ambiance de la fête alors que la masse calmante noire de la page de droite aide à faire rejaillir les bras gesticulants d'Eisenhower.

5.5.5 L'armée américaine

Avec la fin de la guerre en Europe, les Américains veulent revoir leurs troupes au pays. Cependant, les forces alliées doivent pour un certain temps occuper l'Allemagne, l'Italie et d'autres pays jugés problématiques. L'armée agit dorénavant comme une force de paix : la paix doit être assurée et la démocratie rétablie. Un an plus tard, il ne reste que 37 % des forces américaines en Europe.

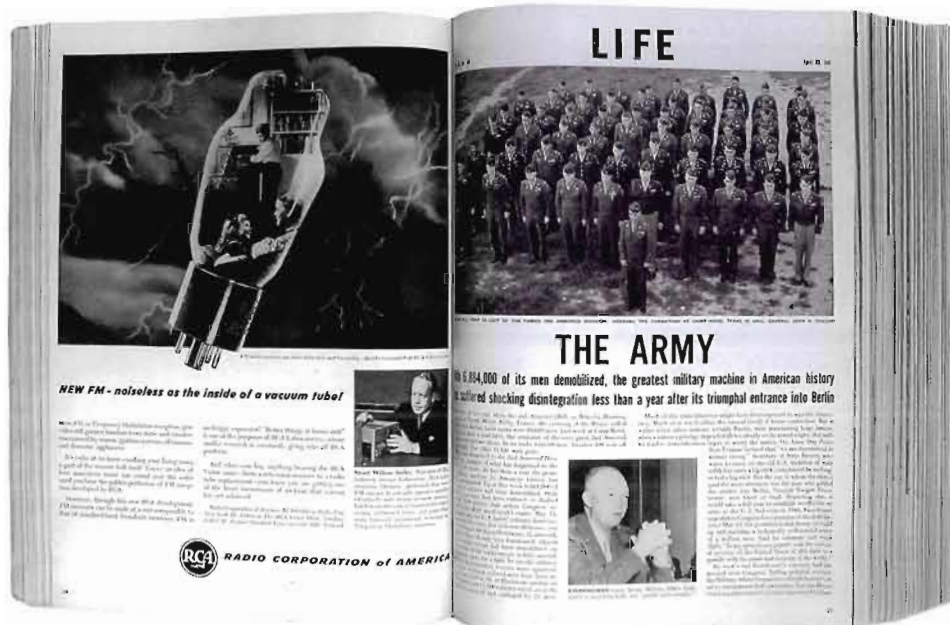


Figure 5.5.5.1 : « LIFE – THE ARMY, With 6,884,000 of its men demobilized, the greatest military machine in American history has suffered shocking disintegration less than a year after its triumphal entrance into Berlin »
22 avril 1946 (p.29)

L'article principal du 22 avril 1946 (Figure 5.5.5.1) fait état de la démobilisation de l'armée américaine en Europe pratiquement un an après la défaite de l'Allemagne. Selon certains politiciens et généraux, dont Eisenhower, il est important que les États-Unis conservent une présence et une force notable en Europe pour préserver leur notoriété militaire internationale face aux autres pays, telle la Russie, qui continue à exercer une présence et à maintenir son effectif militaire en place. Il est d'autant plus important que les recrues américaines soient techniquement bien formées pour opérer la machinerie efficacement.

Pour démontrer le manque de personnel, Wallace Kirkland utilise la photographie pour renforcer son argument. La photographie au haut de la seconde page de l'article (Figure 5.5.5.2) représente une division typique de l'armée avec son personnel et ses véhicules. La photographie en dessous de celle-ci présente le nombre idéal de militaires pour opérer cette division et son équipement. L'exercice est répété à la page suivante en comparant le nombre de militaires disponibles versus le nombre optimal pour opérer un char d'assaut. Le manque criant de techniciens est alors visible et compréhensible.

L'ordre et la répétition sont présents dans chacune des photos. Malgré la démobilisation de 6 848 000 militaires, les images représentent positivement l'armée américaine. La comparaison continue d'être une figure utilisée pour démontrer un point et aide à la compréhension des propos de l'auteur.

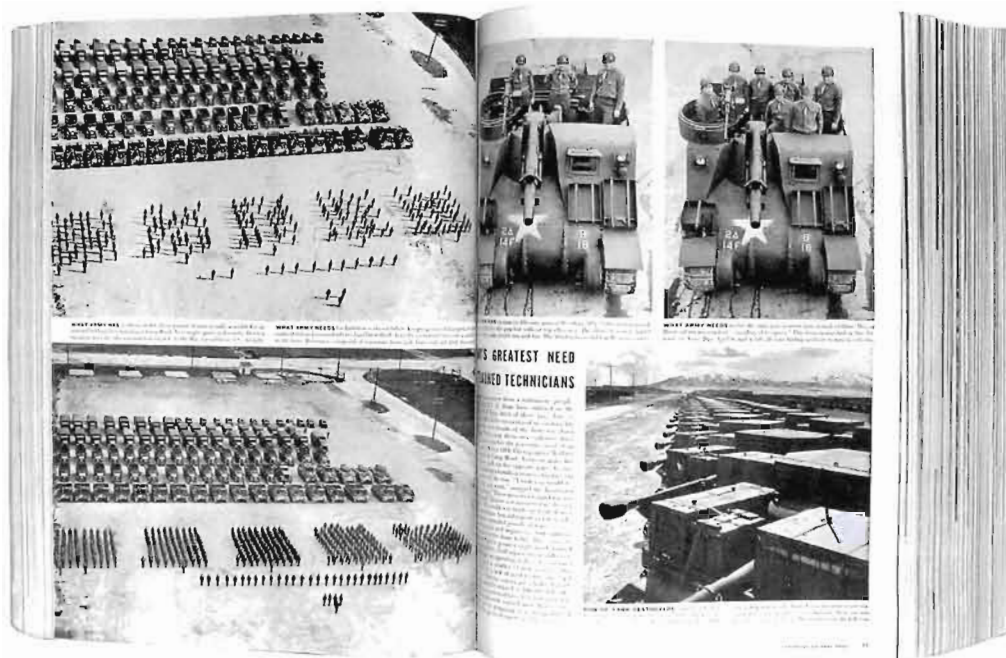


Figure 5.5.5.2 : « ARMY'S GREATEST NEED IS TRAINED TECHNICIANS »
22 avril 1946 (p.30-31)

5.5.6 Les criminels de guerre

Le procès de Nuremberg débuta le 14 novembre 1945 pour juger du destin des criminels de guerre allemands. Ce fut le premier et le plus célèbre des procès du Tribunal militaire international. Lors des rencontres alliées à Téhéran, Yalta et Potsdam, il était convenu qu'un tribunal serait tenu et siégé par des juges britanniques, américains, russes et français.

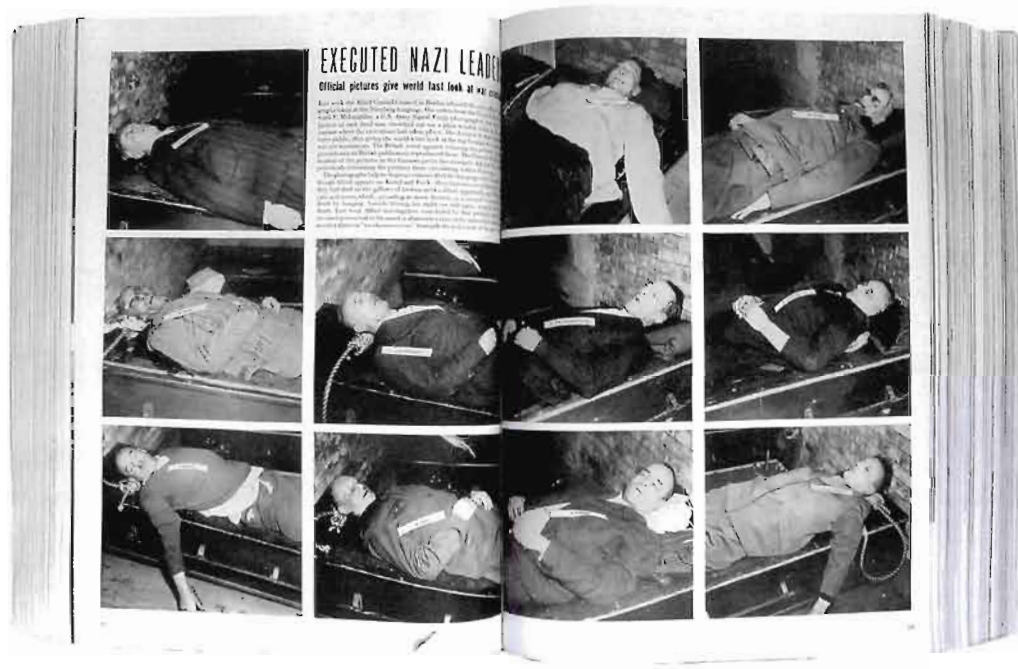


Figure 5.5.6.1 : « EXECUTED NAZI LEADERS, Official picture give world last look at war criminals »
4 novembre 1946 (p.38-39)

Des vingt-deux accusés, douze reçoivent le verdict de mort par pendaison dont un par contumace. Le 16 octobre 1946 à 1 h, Ribbentrop fut le premier à être pendu, suivi par Keitel, Kaltenbrunner, Rosenberg, Frank, Frick, Streicher, Seyss-Inquart, Sauckel et Jodl. Quant à Goering, il se suicida deux heures avant son exécution avec le même poison que Hitler avait utilisé.

Contrairement à la presse britannique, LIFE publie le 4 novembre 1946, les photos de l'U.S. Signal Corps Photos représentant des chefs nazis exécutés (Figure 5.5.6.1). La motivation derrière cette publication est de démentir les rumeurs et de prouver que les coupables nazis sont effectivement morts par pendaison.

Au-delà de la propagande, la présentation morbide de cadavres a une fonction de mémoire : il ne faut pas oublier les victimes qui ont péri à cause d'eux comme l'explique James Durgan de Seattle, Washington dans sa lettre ouverte au LIFE et qui contraste avec d'autres lecteurs.

25 novembre 1946
HANGED NAZIS

Sirs:

I found the pictures of hanged Nazi Leaders (LIFE, Nov. 4) unrevealing, unappetizing and unnecessary.

Marta Erdman
Lakewood, N.J.

Sirs:

Referring to the gruesome-looking pictures of the corpses of the hanged Nazi leaders, I heartily agree with the moral conviction of the British members of the Allied Control Council who forbade reprinting in Great Britain the pictures of these executed Nazis. I firmly disagree with LIFE's morbidity and unwisdom in displaying these pictures.

Ellis H. Dana
Madison, Wis.

Sirs:

... We have not forgotten the thousands of people who were tortured to death at the hands of these 11 men. If we are able to view the scenes from the horror camps, then it is our duty to see those who caused such scenes lying dead on their caskets. Let those who are squeamish about these pictures remember why these men were hanged!

James Durgan
Seattle, Wash.

Cette composition d'images juxtaposées est la dernière présentée pendant la période étudiée relative à la Seconde Guerre mondiale et le troisième Reich. Contrairement à la première image nazie publiée dans LIFE, elle n'a rien de glorieux ni d'exaltant; elle est déshonorante et méprisante : un aboutissement mérité et représentatif de leurs actes.

5.5.7 Science de la guerre

Plusieurs technologies secrètes et des techniques inconnues sont enfin dévoilées : LIFE tente de vulgariser la bombe atomique, de présenter les différentes interventions chirurgicales qui pouvaient être pratiquées en situation de guerre et les différents leures qui ont rendu possible le débarquement de Normandie. Ce sont ces articles qui font que LIFE remplit son premier mandat et se démarque de tous les autres magazines : montrer sous tous les angles les phénomènes, les événements, les personnalités et les objets qui façonnent notre vie.



Figure 5.5.7.1 : « DUMMY TARGETS, Allies fooled Germans with army of make-believe rubber weapons »
6 mai 1946 (p.45)

L'article « *DUMMY TARGET* » présente les leurres qui ont servi avant le débarquement de Normandie pour l'opération Fortitude (Figure 5.5.7.1). Cette opération alliée avait pour but de faire accroire aux espions allemands que l'emplacement de la base militaire alliée destinée pour l'invasion de l'Europe continentale était positionnée pour un débarquement au Pas de Calais plutôt qu'en Normandie. Ces leurres gonflables en caoutchouc, pouvant être déplacés par quatre hommes comme la photo l'indique, offraient l'avantage de créer tout un bataillon pour un moindre coût et avec autant de réalisme. Pour amplifier l'authenticité de la situation, les alliés s'assuraient que les communications radio pouvaient être interceptées et que la présence de George S. Patton, accompagné d'un bataillon fantôme, soit connue. L'article explique que pour gonfler 360 chars d'assaut de type *Sherman*, les déplacer et les positionner en une demi-heure, il ne fallait que 12 hommes à l'ouvrage. Ces véhicules en caoutchouc étaient conçus avec un tel réalisme qu'en prenant les photos aériennes de l'emplacement, l'ennemi pouvait facilement se faire leurrer, tout comme le lecteur en voyant l'image du haut de l'article s'étonnait de voir quatre soldats soulever un char d'assaut. Cette allusion à une force herculéenne ne prouve aucunement la condition physique des soldats, mais plutôt la légèreté surprenante de cette carrosserie. LIFE célèbre la stratégie et la technologie militaires en présentant cette ruse qui a contribué à la réussite du débarquement de Normandie en dupant les Allemands et surtout, qui diminue et ridiculise l'ennemi qui s'est fait berné par ces artifices.

Toutes ces photos et les figures de rhétorique qu'elles comportent permettent de suivre la position et l'évolution du magazine LIFE au cours de la période. D'abord aligné sur l'isolationnisme américain, le magazine couvre avec un certain détachement à la fois les partenaires en cause (les ennemis aussi bien que les alliés), l'infrastructure de la machine de guerre et les lieux touchés par la guerre. Après 1942, le discours change, les images aussi. Il s'agit alors de sensibiliser et de mobiliser le

peuple américain dans un effort de guerre colossal. Les images se font alors plus choquantes, plus provocantes et plus engageantes pour le lecteur.

CONCLUSION

Une lettre ouverte publiée dans LIFE à la fin de 1945 synthétise bien la contribution de LIFE à la société américaine de la Seconde Guerre mondiale et aux générations suivantes. LIFE a réussi à documenter visuellement, globalement et de façon instructive la Seconde Guerre mondiale – chose qui n’a pas pu être réalisée pendant la Première Guerre mondiale – et sous une forme qui pouvait être reliée et conservée, consultable et partageable à long terme, bien mieux que ce que pouvaient offrir les journaux et la radio.

31 décembre 1945

“LIFE” HISTORY

I recall a letter I wrote to LIFE commending you on the excellent job you had done in your “war issue” of Sept. 11, 1939. You carried that letter in your Sept. 25, 1939 issue. ... So now, upon conclusion of that great news era in American and world history, I wish once more to say that you have tackled and accomplished a great task, affording the people a complete, accurate and week-by-week “history” of one of the momentous periods in our lives. I my home I have every one of those issues, from your first war issue to the present one. No histories of World War II that will soon flood the market will be of more educational value or more accurate than the LIFE’s I have carefully laid away for binding purposes. LIFE has given my children something I never had at my disposal after World War I. Thank you. It is one marvelous job you have accomplished.

MacLeod Williams

News Editor

Evening Observer

Dunkirk, N.Y.

LIFE a contribué à informer ses lecteurs sur la guerre par ses images et ses textes. Contrairement à la radio et aux journaux de l’époque qui reposent essentiellement sur la parole prononcée ou écrite pour décrire, démontrer, légitimer et convaincre, LIFE recourt aussi à l’image pour appuyer ses propos. Après dix ans, LIFE a publié plus de 9000 pages sur le sujet de la guerre dans 480 publications hebdomadaires (voir

Tableau 6.1). La guerre ou un sujet relatif à la guerre a fait 272 fois la manchette principale de LIFE selon mes calculs (voir Tableau 6.2) et a été le sujet de la page couverture de LIFE 196 fois¹⁸⁵ (voir Tableau 6.3). La guerre était omniprésente dans les pages de LIFE pendant cette décennie de publication. La population américaine est passée de 128 millions à 141 millions d'habitants entre 1936 à 1945. Avec un lectorat évalué à 22.5 millions, LIFE a certainement réussi à avoir un impact sur une partie importante de la population américaine par sa présence et sa formule innovatrice consistant à présenter les actualités et des textes argumentaires : l'usage de la photographie grand format et de l'image résultant de la mise en page de plusieurs photographies mises en relation assurèrent le succès de l'entreprise.

Époque	Éditions	Pages	Moyenne
Novembre 1936 – Août 1939	145	943	6,5 pages/édition
Septembre 1939 – Novembre 1941	106	2520	23,8 pages/édition
Décembre 1941 – Mai 1944	121	3607	29,8 pages/édition
Juin 1944 – Avril 1945	48	1208	25,2 pages/édition
Mai 1945 – Décembre 1946	60	1065	17,8 pages/édition

Tableau 6.1 : Nombre de pages relatives au thème de la guerre
versus le nombre d'éditions de LIFE

¹⁸⁵ Parmi les pages couvertures relatives au sujet de la guerre, il y a une forte croissance jusqu'en 1942 du nombre de pages couvertures destinées à la guerre et aux personnalités américaines. Les sujets américains sont présentés 27,8% entre novembre 1936 à août 1939, 48,8% entre septembre 1939 à novembre 1941, 54,3% entre décembre 1941 à mai 1944, 84% entre juin 1944 à avril 1945 et 84,6% entre mai 1945 à décembre 1946. Entre novembre 1936 et décembre 1946, les personnalités britanniques sont présentes vingt-une fois, les sujets allemands et japonais sept fois chacun, les sujets français quatre fois, les sujets soviétiques trois fois, les sujets chinois et italiens deux fois chacun, dix fois divers autres pays dont le Canada qui n'a qu'une seule présence.

Époque	Éditions	Nombre d'articles principaux	Moyenne
Novembre 1936 – Août 1939	145	38	26,2 %
Septembre 1939 – Novembre 1941	106	85	80,2 %
Décembre 1941 – Mai 1944	121	99	81,8 %
Juin 1944 – Avril 1945	48	36	75 %
Mai 1945 – Décembre 1946	60	41	68,3 %

Tableau 6.2 : Nombre d'articles principaux relatifs au thème de la guerre versus le nombre d'éditions de LIFE

Époque	Éditions	Nombre de page couverture	Moyenne
Novembre 1936 – Août 1939	145	18	12,4 %
Septembre 1939 – Novembre 1941	106	35	33 %
Décembre 1941 – Mai 1944	121	105	86,8 %
Juin 1944 – Avril 1945	48	25	52,1 %
Mai 1945 – Décembre 1946	60	13	21,7 %

Tableau 6.3 : Nombre de pages couverture relatives au thème de la guerre versus le nombre d'éditions de LIFE

Dès les premières publications de LIFE, la guerre est à nouveau un sujet d'actualité. Entre novembre 1936 et août 1939, LIFE présente la guerre civile en Espagne, la guerre sino-japonaise et la montée du nazisme en Allemagne (Figure 6.1). Les États-Unis craignaient le communisme. Le mouvement fasciste semblait être une réponse politique qui pouvait contrer le communisme aux États-Unis. La propagande nazie peignait un portrait grandiose de leur mouvement à l'international ce qui pouvait créer un engouement chez les Américains. Cependant, le fascisme était une idéologie dictatoriale ce qui risquait de menacer la démocratie américaine.



Figure 6.1 : Images retenues du corpus de novembre 1936 à août 1939.

LIFE a présenté la guerre comme un phénomène qui concerne son lecteur. Il a décrit la situation de l'armée américaine et critiqué sa faiblesse en termes d'effectifs et de ressources matérielles. Jamais il n'a prétendu que les États-Unis pourraient se trouver à nouveau dans une guerre mondiale, mais il a soutenu l'idée que c'était le devoir de ce pays d'être prêt à défendre ses valeurs et qu'il était important d'avoir une force militaire saine en temps de paix. Ses images et ses articles ont su mettre en garde quant à la situation fragile en Europe et en Asie. Mais il est difficile de prévoir le rôle que les États-Unis auront à jouer. Revoyons maintenant le fil des événements au cours de cette période.

	Figures de rhétorique	Effets désirés
Novembre 1936 — Août 1939	Allusion	Critiquer une situation.
	Chronographie	Exposer les événements historiques d'un sujet.
	Comparaison	Provoquer la sympathie ou l'aversion; présenter des similitudes.
	Juxtaposition	Présenter des faits; démontrer pour provoquer des réactions.
	Raillerie	Se moquer d'un sujet.
	Répétition	Évoquer l'ordre et le pouvoir.
	Topographie	Décrire le lieu physique d'un événement pour évoquer l'ambiance et susciter le sentiment de présence.

Tableau 6.4 : Figures de rhétorique les plus présentes de novembre 1936 à août 1939.

Entre septembre 1939 et novembre 1941, LIFE présente des images menaçantes des pays en conflit (Figure 6.2). LIFE considère qu'il est important de sonner l'alarme pour réveiller la conscience de ses lecteurs américains car la guerre est présente et malgré le positionnement isolationniste du gouvernement, les États-Unis seront bientôt forcés de participer à ce conflit.



Figure 6.2 : Images retenues du corpus de septembre 1939 à novembre 1941.

La présence d'une menace se fait sentir par les milieux urbains bombardés, les enfants et les femmes tuées et des civiles exécutés. LIFE fait des parallèles historiques avec la Première Guerre mondiale et le problème de la famine dans les pays conquis par les nazis. LIFE présente l'armée américaine comme une force en devenir qui dépend de ses citoyens et de leur engagement dans la cause mondiale.

	Figures de rhétorique	Effets désirés
Septembre 1939 – Novembre 1941	Accumulation	Amplifie le sentiment de masse.
	Allusion	Évoquer le danger sans nécessairement le montrer.
	Chronographie	Exposer les événements historiques d'un sujet.
	Comparaison	Présenter les similitudes et les différences.
	Énumération	Démontrer en amplifiant la quantité dans le but de provoquer de la sympathie.
	Juxtaposition	Mettre en parallèle des images pour exposer un propos.
	Métaphore	Représenter un grand nombre de personnes en utilisant de nombreuses fois le même objet.
	Répétition	Évoquer l'ordre et la discipline.
	Topographie	Décrire le lieu physique d'un événement pour susciter la sympathie.

Tableau 6.5 : Figures de rhétorique les plus présentes de septembre 1939 à novembre 1941.

Parmi les figures de style utilisées, nous retrouvons des figures qui permettent de démontrer qu'il y a une menace évidente, qu'il y a des victimes innocentes, que l'histoire se répète et que la destruction des villes existe réellement. LIFE évoque le danger, provoque la sympathie pour ceux qui ne peuvent pas se défendre et fait comprendre que la guerre à l'international concerne aussi les Américains.

À partir de décembre 1941, les États-Unis sont en guerre et LIFE exploite davantage le sujet de la guerre (Figure 6.3). Il y a toujours la présentation d'innocentes victimes qui succombent au traitement de l'ennemi pour susciter la sympathie et inciter à des représailles. Les victimes ne sont plus des étrangers, mais des Américains et des alliés qui sont tués ou blessés au combat. LIFE vulgarise la guerre auprès de son lectorat en présentant des faits, des statistiques et des tactiques de façon ludique. Le nombre d'images macabres et choquantes augmente ; l'ennemi est finalement

identifié et diabolisé. Le discours de LIFE nous prévient que la guerre sera longue et ardue et que tous les efforts de guerre par les civils seront nécessaires au succès des États-Unis dans cette guerre.



Figure 6.3 : Images retenues du corpus de décembre 1941 à mai 1944.

LIFE continue d'utiliser des figures de rhétorique qui permettent de démontrer qu'il y a encore des injustices grâce à la comparaison et la juxtaposition d'images. Cependant, de nouvelles formes de discours émergent : la glorification de ses héros et de ceux qui ont sacrifié leur vie. De plus, LIFE réussit à créer une tension entre la peur de l'ennemi et la capacité de les vaincre, par des photoreportages qui s'étendent sur plusieurs pages. Les images documentaires sont toujours présentes, mais font place au discours délibératif qui tente de formuler une opinion et d'inciter à la prise de position. C'est une période riche en figures de rhétorique qui soutiennent cet objectif et en types de discours.

	Figures de rhétorique	Effets désirés
Décembre 1941 – Mai 1944	Accumulation	Amplifier, accentuer, sensibiliser.
	Allégorie	Moraliser le danger de la guerre.
	Comparaison	Présenter les similitudes et les différences; présenter l'avant et l'après d'un lieu suite à un événement.
	Énumération	Préciser et détailler les éléments d'un sujet
	Euphémisme	Atténuer intentionnellement une situation pour ne pas choquer.
	Glorification	Faire l'éloge d'un individu ou d'un collectif pour provoquer l'affection ou la sympathie.
	Hyperbole	Exagérer le sujet pour exprimer l'inexprimable
	Juxtaposition	Exprimer un rapport logique entre l'avant et l'après.
	Métaphore	Rendre intelligible un concept abstrait; comparer l'homme à un animal pour expliquer un concept.
	Répétition	Représenter la masse et l'unité
	Topographie	Décrire le lieu physique d'un événement pour susciter la sympathie ou pour affirmer un exploit.

Tableau 6.6 : Figures de rhétorique les plus présentes de décembre 1941 à mai 1944.

De juin 1944 à mai 1945, LIFE s'approche du combat, documente la vie après la guerre et décuple ses images sur les atrocités de la guerre (Figure 6.4). Il est important de démontrer que cette guerre était incontournable, car l'ennemi était criminel et barbare envers les civils conquis et les soldats prisonniers. LIFE recourt à des figures de style qui lui permettent d'amplifier le sujet des victimes et de prouver que l'implication américaine dans cette guerre était justifiée et nécessaire.



Figure 6.4 : Images retenues du corpus de juin 1944 à mai 1945.

	Figures de rhétorique	Effets désirés
Juin 1944 – Mai 1945	Accumulation	Amplifier un fait pour le rendre plus compréhensible.
	Euphémisme	Atténuer
	Dégradation	Abaisser moralement un sujet pour susciter l'empathie ou l'aversion.
	Ellipse	Ne pas montrer l'aboutissement pour amplifier ce dernier.
	Hyperbole	Exagérer le sujet pour exprimer l'inexprimable
	Juxtaposition	Dépeindre un événement par une séquence d'images.
	Métaphore	Rendre intelligible un concept abstrait.
	Raillerie	Se moquer d'un sujet.
	Répétition	Amplifier un propos.
	Topographie	Décrire le lieu physique d'un événement pour évoquer l'ambiance et susciter le sentiment de présence.

Tableau 6.7 : Figures de rhétorique les plus présentes de juin 1944 à mai 1945.

De juin 1945 à décembre 1946, la victoire des alliés arrive finalement et les États-Unis portent le coup de grâce au Japon avec la bombe atomique. LIFE a joué la carte de la propagande ultime : les victimes n'y sont plus visibles; la victoire était

immaculée malgré que les deux bombes atomiques sur Hiroshima et Nagasaki aient fait plus de 100 000 victimes. Parmi les figures de rhétorique les plus présentes, nous y retrouvons la comparaison avant et après les événements, la comparaison entre la vie américaine et celle des gens des autres pays soient alliés ou ennemis, les topographies fantomatiques d'Hiroshima et de Nagasaki, les images glorieuses des célébrations, les images épидictiques des soldats américains et les images qui frappent l'imagination et renforcent les propos des éditeurs.



Figure 6.5 : Images retenues du corpus de juin 1945 à décembre 1946.

	Figures de rhétorique	Effets désirés
Mai 1945 — Décembre 1946	Comparaison	Souligner les similitudes ou les différences.
	Ellipse	Ne pas montrer l'aboutissement pour amplifier ce dernier.
	Énumération	Insister sur l'état d'un sujet.
	Glorification	Faire l'éloge d'un individu ou d'un collectif pour provoquer l'affection ou la sympathie.
	Juxtaposition	Exprimer un rapport logique entre l'avant et l'après.
	Métonymie	Frapper l'imagination
	Répétition	Représenter la masse, l'ordre et l'unité
	Topographie	Décrire le lieu physique d'un événement pour affirmer un exploit.

Tableau 6.8 : Figures de rhétorique les plus présentes de mai 1945 à décembre 1946.

Pour Vincent Lavoie « la guerre est l'un des sujets de prédilection du photojournalisme »¹⁸⁶ rejoignant par là ce que Longwell prédisait : « *A war, any sort of war, is going to be natural promotion for a picture magazine* »¹⁸⁷. LIFE a exercé une influence sur l'opinion publique américaine en contribuant au questionnement et à la prise de position de ses lecteurs, en établissant une nouvelle forme de journalisme, en accordant de l'importance à la photographie dans les médias d'informations et en reconnaissant que l'image peut être porteuse de signification autant que les textes.

La contribution de LIFE au journalisme moderne est importante à considérer et à étudier. Ce que LIFE a initié – l'importance accordée à l'image dans la rhétorique de la propagande de guerre – a influencé le journalisme imprimé, télévisé et diffusé sur le Web à notre époque. L'imagerie de guerre de LIFE des années sélectionnées pour cette recherche permet de prendre conscience que la propagande, de nos jours, emploie les mêmes figures de rhétorique. La reconnaissance de la présence de ces figures et de leur impact sur le message transmis est primordiale pour l'utilisation judicieuse de l'image dans les médias modernes.

¹⁸⁶ Lavoie, V. (2003). « Photographie et imaginaire du temps présent », in Lavoie, V. (Ed.), *Maintenant. Images du temps présent*. Montréal : ABC Livres d'art Canada. p.22.

¹⁸⁷ Wainwright, L., *Op. cit.*, p.18.

BIBLIOGRAPHIE

GUERRE ET HISTOIRE

Benjamin, W. (1983). « Thèses sur la philosophie de l'histoire », in *Essais 2, 1935-1940*. Paris : Denoël/Gonthier.

Farmer, A. (2004). *The Second World War*. Royaume-Uni : Teach Yourself.

Gilbert, M. (1998). *A History of the Twentieth Century*. États-Unis : William Morrow.

Green, R., & Elffers, J. (2006). *The 33 Strategies of War*. États-Unis : Penguin Group.

Green, R., & Elffers, J. (1998). *48 Laws of Power*. États-Unis : Penguin Group.

Hobsbawn, E. J. (1999). *L'Âge des extrêmes*. Bruxelles : Éditions Complexe.

Kant, E. (1795). « Perpetual Peace: A Philosophical Sketch », in *International Relations Program of Mount Holyoka College*. Page consultée le 14 décembre 2005 à 9:30, à partir de <http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/kant/kant1.htm>

Keegan, J. (1989). *The Second World War*. États-Unis : Viking Penguin.

Machiavelli, N. (2005). *The Prince* (G. Bull, Trad.). États-Unis : Penguin Books.

Mumford, L. (1950). *Technique et civilisation*. Paris : Éditions du Seuil.

O'Connell, R. L. (1998). « War: Institution Without Portfolio », in R. W. Bulliet (Ed.), *The Columbia history of the 20th Cenury*. New York : Columbia University Press.

Ricœur, P. (1985). *Temps et récit, 3. Le temps raconté*. Paris : Éditions du Seuil.

Rousseau, F. (Dir.). (2004). *Guerres, paix et société, 1911-1946*. France : Atlande.

Todorov, T. (2000). *Mémoire du mal, tentation du bien*. Paris : Éditions Robert Laffont.

Tzu, S. (1996). *L'Art de la guerre* (père Amiot, Trad.). France : Éditions Mille et une nuit.

Van Creveld, M. (2000). *The Art of War, War and Military Thought*. États-Unis : Smithsonian Books.

Viorst, M. (1965) *The Great Documents of Western Civilization, The basic sources of European history from the rise of Christianity to modern times*. New York : Bantam Books.

Virilio, P., Lotringer, S. (1997). *Pure War* (M. Polizzotti & B. O'Keeffe, Trad.). New York : Semiotext(e).

PHOTOGRAPHIE ET IMAGES

About, I., Chéroux, C. « L'histoire par la photographie », in *Études photographiques*.
Page consultée le 14 décembre 2010 à 22:30, à partir de
<http://etudesphotographiques.revues.org/index261.html>

Almasy, P. (1990). *Le photojournalisme, informer en écrivant avec des images*. Paris : Centre de formation et de perfectionnement des journalistes.

Arnheim, R. (2000). « The Coming and Going of Images », in *LEONARDO*, 3, 167-168.

Arnheim, R. (1971). *Art and Visual Perception*. États-Unis : University of California Press.

Arnheim, R. (1969). *Visual Thinking*. États-Unis : University of California Press.

Barthes, R. (1981). *Camera Lucida, Reflections on Photography* (Richard Howard, Trad.) New York : Hill and Wang.

Barthes, R. (1992). « Rhétorique de l'image », in *L'obvie et l'obtus : essais critiques III*. Paris : Éditions du Seuil.

- Barthes, R. (1992). « Le troisième sens », in *L'obvie et l'obtus : essais critiques III*. Paris : Éditions du Seuil.
- Beauregard, C., Saouter, C. (Dir.). (1997). *Conflits contemporains et médias*. Montréal : XYZ.
- Benjamin, W. (1983). « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », in *Essais 2, 1935-1940*. Paris : Denoël/Gonthier.
- Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. Londres : Penguin Books.
- Berger, J. (1972). *About Looking*, New York : Pantheon Books.
- Bird, W. L. Jr & Rubenstein, H. R. (1998). *Design for Victory, World War II on the American Home Front*. New York : Princeton Architectural Press.
- Brennen, B., Hardt, H. (1999). *Picturing the Past: Media, History, and Photography*. États-Unis : University of Illinois Press.
- Brother, C. (1997). *War and Photography, a Cultural History*. London : Routledge.
- Crawford, A. (2003). *Erich Lessing : mémoire du temps, photographies de reportage, 1948-1973*. Paris : Hazan.
- Emanuel, W. D. (1946). *Leica Guide*. Londres-New York : The Focal Press.
- Evans, H. (1997). *Pictures on a Page: Photojournalism, Graphics and Picture Editing*. New York : Éditions Solar.
- Featherstonbaugh, D. (1939). *Press Photography with the Miniature Camera*. Boston : American Photographic Publishing Company.
- Fontcuberta, J. (2005). *Le baiser de Judas, photographie et vérité* (Claude Bleton, Trad.). Arles : Actes sud.
- Fox, R. (1996). *Camera in conflict armed conflict*. Allemagne : Könemann.
- Frizot, M. (1996). « Faire face, faire signe. La photographie, sa part d'histoire », in J.-P. Ameline (Éd.) *Face à l'histoire 1933-1996. L'artiste moderne devant l'événement historique*. Paris : Flammarion/Centre Georges-Pompidou.

Fulton, M. (1988). *Eyes of Time: Photojournalism in America*. Boston : Little Brown.

Gervais, T. (2002). *Laurent Gervereau et al. (dir.), Voir/Ne pas voir la guerre. Histoire des représentations photographiques de la guerre* (cat. exp.), Paris, BDIC/Somogy, 2001, 351 p., ill. NB et coul., 37,35 €. *Études photographiques*. Page consultée le 27 décembre 2010 à 20:30, à partir de <http://etudesphotographiques.revues.org/index287.html>

Gervereau, L. (Ed.). (2001). *Voir ne pas voir la guerre : histoire des représentations photographiques de la guerre*. Paris : Bibliothèque de documentation internationale contemporaine, Musée d'histoire contemporaine : Somogy.

Gervereau, L. (2003). *Ces images qui changent le monde*. Paris : Seuil.

Gervereau, L. (2008). *Images, une histoire mondiale*. Paris : Nouveau Monde éditions.

Hicks, W. (1973). *Words and Pictures*. New York Arno Press.

Howe, P. (2002). *Shooting Under Fire: The World of the War Photographer*. New York : Artisan.

Lambert, F. (2002). « Le pouvoir des images d'information », in *Réseaux*, 97-98-99. Bruxelles : Ciephum.

Lavaud, L. (1999). *L'image*. Paris : Corpus – GF Flammarion.

Lavoie, V. (2003). « Photographie et imaginaires du temps présent », in *Maintenant. Images du temps présent*. Montréal : Le Mois de la Photo à Montréal.

Lavoie, V. (2010). *Photojournalisme, revoir les canons de l'image de presse*. France : Éditions Hazan.

Lebeck, R., von Dewitz, B. (2001). *Kiosk. A History of Photojournalism*. Göttingen : Steidl.

Leier, M. (Ed.). (1999). *Notre siècle en images*. New York : Éditions Solar.

Luguon, O. (2001). *Le style documentaire : d'August Sander à Walker Evans, 1920-1945*. Paris : Macula.

- Maggiori, C. (2004). *Interview d'image*. Paris : Seuil.
- Maslowski, P. (1993). *Armed with Cameras, The American Military Photographers of World War II*. New York : The Free Press.
- Moeller, S. (1989). *Shooting War: photography and the American experience of combat*. New York : Basic Books.
- Morvan, Y. (1994). *Le photojournalisme*. Paris : Contrejour.
- Neubauer, H. (1997). *Black Star 60 years of photojournalism*. Köln : Könemann.
- Newman, J. (1996). *Lights, Camera, War*. New York : St. Martin's Press.
- Panzer, M., Munneke, M., & Caujolle, C. (2007). *Things as They Are: Photojournalism in Context since 1955*. New York : Aperture Foundation.
- Poissant, L. (1992). « La rhétorique des images de guerres », in L. Poissant (Ed.), *Violence, Pièges du regard*. Montréal : Société d'esthétique du Québec.
- Rouillé, A. (2005). « Les musées ne font plus l'art », in *Paris Art*. Page consultée le 29 décembre 2005 à 10 h 45 à partir de http://www.paris-art.com/edito_detail-andre-rouille-128.html
- Rouillé, A. (2005). *La photographie*. France : Éditions Gallimard.
- Rouillé, A. (2005). « Photo : la révolution numérique », in *Paris Art*. Page consultée le 14 décembre 2005 à 9 h 30 à partir de http://www.paris-art.com/edito_detail-andre-rouille-125.html
- Saouter, C. (1998). *Le langage visuel*. Montréal : XYZ.
- Saouter, C. (2003). *Images et sociétés : Le progress, les medias, la guerre*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Scott, W. (1973). *Documentary Expression and Thirties America*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. New York : Picador.
- Sontag, S. (1990). *On Photography*. New York : Picador.

Souriau, E. (1999). *Vocabulaire d'esthétique*. Paris : Quadrige – PUF.

Taylor, J. (1998). *Body Horror: Photojournalism, Catastrophe, and War*. Angleterre : Manchester University Press.

Vitray, L., Ellard, R. B., Mills, J. (1939). *Pictorial Journalism*. New York : Arno Press.

Zettl, H. (1973). *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics*. États-Unis : Wadsworth. Publishing Company.

LIFE

Baker, R. (1989). *The Good Times*. New York : Penguin.

Bayly-Colin Heather, J. (2004). « Life et la politique d'endiguement ou la photographie de presse comme outil de propagande », in *Amnis*. Page consultée le 30 avril 2006 à 13 h 45 à partir de http://www.univ-brest.fr/amnis/pages_francais/archive_article_annee.php?annee=2004

Bourke-White, M. (1985). *Portrait of Myself*. New York : Simon and Schuster.

Bourke-White, M. (1985). *The Taste of War*. London : Century Publishing.

Capa, R. (1999). *Slightly Out of Focus*. New York : Modern Library.

Callahan, S. (Ed.). (1972). *The Photographs of Margaret-Bourke White*. États-Unis : New York Graphic Society Ltd.

Doss, E. (Ed.). (2001). *Looking at LIFE Magazine*. Washington, D.C. : Smithsonian Institution Press.

Emery, E., Emery, M. (1984). *The Press and America: an interpretive history of the mass media*. New Jersey : Prentice-Hall.

Field, H., Lazarsfeld, P. F. (1946). *The People Look at Radio*. Chapel Hill : University of Carolina Press.

Life Books. (2008). *The Classic Collection*. New York : Time Inc.

- Life Books. (2010). *Our Finest Moment*. New York : Time Inc.
- LIFE Magazine (Ed.). (1986). *LIFE Magazine Special 50th Anniversary Issue*. New York : Time Inc.
- LIFE Magazine (Ed.). (2004). *The Great LIFE Photographers*. États-Unis : Little, Brown & Company.
- Rubin, S. G. (1999). *Margaret Bourke-White: her pictures were her life*. New York : Harry N. Abrams Inc.
- Swanberg, W. A. (1972). *Luce and His Empire*. New York : Charles Scribner's Sons.
- Time-Life Books. (1972). *Le reportage photographique* (Trad. de l'américain par Simon Noireaud et revu par Marcel Bovis). Paris : Édition Time-Life.
- Wainwright, L. (1986). *The Great American Magazine: An Inside History of LIFE*. New York : Knopf.
- Willumson, G. G. (1992). *W. Eugene Smith and the Photographic Essay*. Angleterre : Cambridge University Press.
- Zuilen. A. J. van. (1977). *The Life Cycle of Magazines*. Pays-Bas : Graduated Press.

RHÉTORIQUE

- Arcand, R. (2004). *Les figures de style : allégorie, ellipse, hyperbole, métaphore...* Montréal : Les Éditions de l'Homme.
- Durand, J. (1970). « Rhétorique et image publicitaire », in *Communications*, 15, 70-95.
- Groupe µ. (1982). *Rhétorique générale*. France : Éditions du Seuil.
- Meyer, M. (2004). *La rhétorique*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Moliné, G. (1992). *Dictionnaire de rhétorique*. Paris : Librairie Générale Française.
- Reboul, O. (1990). *La rhétorique*. Paris : Presses Universitaires de France.

MÉTHODOLOGIE

American Psychological Association. (2005). *Concise rules of APA style*. États-Unis : American Psychological Association.

Bauer, M. W., & Gaskell, G. (Eds). (2002). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications.

Bouthat, C. (1993). *Guide présentation des mémoires et thèses*. Montréal : Décanat des études et de la recherche de l'UQAM.

Boyer, J.-P. (2001). *L'analyseur OSCAR, la prémisse : pour raconter une (des) histoire(s) dans (sur) l'Histoire*. Université du Québec à Montréal, Département des communications.

Debray, R. (2001). *Cours de médiologie générale*. Paris : Gallimard.

Debray, R. (1999). *Croire, voir, faire traverses*. Paris : Odile Jacob.

Debray, R. (2000). *Introduction à la médiologie*. Paris : Presses universitaires de France.

Debray, R. (1999). *Manifestes médiologiques*. Paris : Odile Jacob.

Gauthier, B. (2000). *Recherche sociale, de la problématique à la collecte des données* (3e ed.). Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

Jeannin, J.-P. (2003). « Les étapes d'une recherche en sciences sociales », in *SOS Réseaux*. Page consultée le 12 mars 2005 à 16 h 30 à partir de http://www.sosreseaux.com/sos_etudiants.php

Perraton, C. (2004). *Du sujet de recherche à l'objet de recherche*. Université du Québec à Montréal, Département des communications.

Perraton, C. (2004). *Qu'est-ce qu'une question de recherche? Qu'est-ce qu'une problématique? Quelle stratégie de recherche se donner?* Université du Québec à Montréal, Département des communications.

Popper, K. R. (1998). *Des sources de la connaissance et de l'ignorance*. Paris : Rivages.